



PUC

RIO

Dissertação de Mestrado

Dona Beja no streaming: novas formas de fazer, distribuir e assistir telenovela na era da TransTV

João Marcello Oliveira Boltshauser

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro
Centro de Ciências Sociais
Departamento Comunicação

Rio de Janeiro 23 de setembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Dissertação de Mestrado

Dona Beja no streaming: novas formas de fazer, distribuir e assistir telenovela na era da TransTV

João Marcello Oliveira Boltshauser

Orientação: Professora Patricia Furtado Mendes Machado

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação, no Departamento Comunicação.

Rio de Janeiro, 23 de setembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

Dona Beja no streaming: novas formas de fazer, distribuir e assistir telenovela na era da TransTV

João Marcello Oliveira Boltshauser

**Dissertação apresentada como requisito parcial para a
obtenção do grau de Mestre em Comunicação Aprovada pela
Comissão examinadora abaixo:**

Professora Patrícia Furtado Mendes Machado
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof.ª Bruna Sant’Ana Aucar
Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Francisco Carlos Malta
Universidade de Comunicação – IBMEC

Rio de Janeiro, 23 setembro de 2025



Pontifícia
Universidade
Católica do
Rio de Janeiro

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

João Marcello Oliveira Boltshauser

Graduou-se em Desenho Industrial, com habilitação em Comunicação Visual pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro em Julho de 1995. Ingressou no PPGCOM PUC-Rio em março de 2023.

Ficha Catalográfica

Boltshauser, João Marcello Oliveira

Dona Beja no streaming : novas formas de fazer, distribuir e assistir telenovela na era da TransTV / João Marcello Oliveira Boltshauser ; orientadora: Patrícia Furtado Mendes Machado. – 2025.

199 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2025.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Dona Beja. 3. Telenovelas. 4. Streaming. 5. Espectatorialidade. 6. TransTV. I. Machado, Patrícia Furtado Mendes. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

*À minha mulher Bárbara e aos meus filhos.
Aos meus pais pelo apoio incondicional.*

Agradecimentos

À minha mulher Bárbara, que me incentivou a embarcar nessa aventura que é o Mestrado e me encorajou nos momentos difíceis.

Aos meus pais, que sempre incentivaram todas as minhas aventuras, acadêmicas e profissionais.

À minha orientadora, Patrícia Machado, por compartilhar os seus conhecimentos e me guiar nos caminhos da pesquisa.

Aos professores do PPGCOM PUC-Rio, em especial, à Bruna Aucar e Tatiana Siciliano, por sua generosidade e contribuição nesta pesquisa.

À Maria de Médicis, Mônica Albuquerque e Daniel Berlinsky, pela disponibilidade e pelo seu olhar agudo sobre o universo pesquisado.

Ao Hugo de Souza e à produtora Floresta, bem como aos executivos da Warner Bros. Brasil, que me permitiram embarcar nesta empreitada tão rica.

Resumo

Boltshauser, João Marcello Oliveira; Machado, Patrícia Furtado Mendes. ***Dona Beja no streaming: Novas formas de fazer, distribuir e assistir telenovela na era da TransTV.*** Rio de Janeiro, 2025. 199p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A chegada das plataformas de *streaming* ao Brasil mudou a relação do telespectador com a programação televisiva e, como consequência, o conteúdo audiovisual desenvolvido no país. O objetivo desta pesquisa é analisar de que forma a telenovela, principal produto da indústria cultural nacional, modificou-se e adaptou-se para manter sua relevância diante da grande oferta de títulos internacionais disponíveis nas plataformas, a ponto de se tornar um alvo crescente de interesse para esses novos agentes do mercado. A análise destaca o folhetim *Dona Beja* (2026), da HBO Max, sobretudo em comparação com a novela *Dona Beija*, da TV Manchete, exibida em 1986. O percurso metodológico engloba diferentes abordagens qualitativas que combinam pesquisa bibliográfica, entrevistas com profissionais do *streaming*, além da experiência do autor como diretor da referida novela. Busca-se compreender os caminhos da ficção seriada brasileira diante das disruptões do ecossistema audiovisual contemporâneo.

Palavras-chave:

Dona Beja; Telenovelas; Streaming; Espectatorialidade; TransTV.

Abstract

Boltshauser, João Marcello Oliveira; Machado, Patrícia Furtado Mendes (Advisor). ***Dona Beja on streaming: new ways of making, distributing and watching telenovelas in the TransTV Era.*** Rio de Janeiro, 2025. 199p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The arrival of streaming platforms in Brazil reshaped the relationship between viewers and television programming, therefore, redesigning the content developed in the country. This research aims to examine how telenovela, the main national cultural industry product, has evolved and adapted to maintain its relevance amid the vast array of international titles available on streaming services, to the point of becoming an increasing target of interest to these new market players. The research centers on Dona Beja (2026), produced by HBO Max, in comparison with *Dona Beija*, aired by TV Manchete in 1986. The methodology brings together qualitative approaches that combine bibliographic research, interviews with streaming professionals, and the author's own experience as director of the series. The study seeks to shed light on the pathways of Brazilian serialized fiction within the disruptions of today's audiovisual ecosystem.

Keywords:

Dona Beja; Telenovelas; Streaming; Spectatorship; TransTV.

Sumário

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 - A televisão em constante transformação e adaptação aos interesses da audiência	20
1.1.O nascimento da televisão brasileira e o desafio de atrair o público	22
1.2. A telenovela: principal instrumento da disputa pela audiência	29
1.2.1 A dominância da TV Globo e o padrão de qualidade	33
1.2.2. As mediações com o público e a consolidação do formato	38
1.2.3. Temáticas do cotidiano: o público se reconhece na tela	44
1.2.4. A Manchete busca se diferenciar para sair da sombra da TV Globo	49
1.3. O final do século XX e a nova concorrência estrangeira	54
CAPÍTULO 2 - A Era da TransTV - Produzir, distribuir e assistir TV no século XXI	57
2.1. A concorrência estrangeira e o fim da televisão como conhecemos	60
2.2. A TV aberta reage aos <i>streamings</i> e a telenovela se adapta	68
2.2.1. As novas tecnologias e a busca pela estética internacionalizada	72
2.2.2. <i>Remakes</i> : o uso da nostalgia como ferramenta	79
2.2.3. Ritmo e complexidade narrativa – as inovações da trama	83
2.3. O <i>streaming</i> e a telenovelização das séries	88
CAPÍTULO 3 - A telenovela adaptada aos novos canais – <i>Dona Beja</i> na HBO Max	93
3.1. Ana Jacintha de São José, personagem histórico por trás do mito	96
3.2. A história romanceada de Dona Beija	105
3.3. <i>Dona Beja</i> x <i>Dona Beja</i> – a atualização da trama de 1986 para 2024	111
3.4. Como os novos hábitos da TransTV afetam a telenovela no <i>streaming</i>	126
CONSIDERAÇÕES FINAIS	136
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	142

APÊNDICES	142
A. ENTREVISTA COM DANIEL BERLINSKY	157
B. ENTREVISTA COM MARIA DE MÉDICIS	181

Lista de Figuras

Figura 1: Frame capturado da novela Cordel encantado	75
Figura 2: Frame capturado da novela Cordel encantado apresentando o ator Domingos Montagner.....	75
Figura 3: Frame capturado da novela A vida da gente, com os atores Rafael Cardoso e Fernanda Vasconcellos.	77
Figura 4: Frame capturado da novela Pantanal.	80
Figura 5: Tela dos Top 10 da plataforma Max – março / 2025	91
Figura 6: Frames capturados da novela Dona Beija (1986), do Youtube.com	112
Figura 7: Frames capturados da novela Dona Beija (1986), do Youtube.com	113
Figura 8: Fotos de divulgação da novela Dona Beja (2026) com os atores Grazi Massafera, André Luiz Miranda e David Junior, e André Luiz Miranda e David Junior.	119
Figura 9: Foto de divulgação da novela Dona Beija (1986), publicada na revista Manchete, com a atriz Maitê Proença	121
Figura 10: José Mendonça (Luciano Quirino) e Josefa (Thalma de Freitas), na versão de 2024, e Josefa (Maria Isabel de Lizandra) e Avelino (Jayme Periard), na versão de 1986.....	122
Figura 11: Pedro Fasanaro, Severina na versão de 2024, em cena com Grazi Massafera (Beja) e Julciléa Telles, a Severina da versão de 1986.	123

Figura 12: - Tabela criada por Daniel Berlinsky com a lista das principais diferenças apontadas por ele entre as telenovelas para a TV aberta e as telenovelas para o streaming 157

INTRODUÇÃO

A televisão está presente na vida dos brasileiros, moldando hábitos, criando discussões e organizando a agenda de quem acompanha ou acompanhou, ao menos uma vez, qualquer obra seriada em algum canal de transmissão aberta¹. Uma das primeiras lembranças que tenho, ainda nos tempos de escola, nos anos 1970, era de sair correndo depois da aula para chegar a tempo de assistir ao capítulo diário do *Sítio do Picapau Amarelo*, produção baseada na obra de Monteiro Lobato, exibida de segunda a sexta na TV Globo e na TVE. Naquela época, se chegássemos atrasados ou perdessemos um episódio, não conseguíamos mais assistir ao programa. A transmissão era uma via de mão única e os programas exibidos tinham horário marcado, levando o público a se reunir em torno do aparelho para descobrir quais seriam os desdobramentos da trama deixada em suspenso no dia anterior, o que tornava a experiência de assistir televisão um hábito coletivo.

Trabalho em televisão há quase trinta anos, atuando como diretor de telenovelas na TV Globo desde 2010. Em 2023, fui convidado a integrar a equipe de direção de *Dona Beja, remake* da telenovela produzida em 1986 pela extinta Rede Manchete, com produção da Floresta Realizações Audiovisuais, uma empresa Sony Pictures Television no Brasil, em parceria com a Warner Bros. Discovery para ser exibida na plataforma de *streaming*². Entrei no projeto na fase final da pré-produção, quando se iniciou a preparação do elenco, com as leituras e a definição de figurino e caracterização. Todos os 40 capítulos já estavam escritos e já havia um plano de filmagem que previa a produção entre outubro e dezembro daquele ano, uma diferença importante em relação às telenovelas das TVs abertas, uma vez que o planejamento por parte do canal previa a sua estreia somente após a finalização completa da produção.

¹ O conteúdo dos canais abertos é transmitido gratuitamente para o público. Sua renda provém da publicidade e do *merchandising*. Deste modo, quanto maior o número de aparelhos ligados em um determinado canal, mais valioso é o espaço publicitário que ele pode comercializar.

² Sempre que for utilizado o termo *streaming* no decorrer desta dissertação, nos referimos aos canais de vídeo por assinatura, com distribuição pela internet e que exibem conteúdo produzido de forma profissional, como a Netflix ou a HBO Max, não incluindo, portanto, as plataformas que exibem vídeos gerados pelos próprios usuários, como o Youtube.

A possibilidade de trabalhar nesse projeto motivou esta pesquisa. Através da possibilidade de analisar as características específicas de *Dona Beja*, nosso objetivo é compreender as transformações pelas quais passou a telenovela, em termos de formato e conteúdo, através das novas relações que se estabelecem com a audiência a partir das novas mídias e plataformas em que é veiculada. O fato de tratar-se de um *remake*, nos possibilita uma comparação direta entre a versão original, produzida para a TV aberta em 1986, e a atual, produzida para a plataforma de *streaming* HBO Max, permitindo observar o que mudou na versão atual, que apesar de baseada na mesma trama, busca gerar uma reflexão crítica sobre o passado colonial e escravista do Brasil e o papel da mulher naquele momento da sociedade, num esforço de apresentar um conteúdo mais inclusivo, diverso e representativo, mais adequado à sociedade contemporânea. A *Dona Beja* de 2026 é um produto híbrido, com diversas características de uma telenovela tradicional e outras inerentes às séries contemporâneas, refletindo o atual momento do mercado audiovisual, que é justamente a combinação de formatos e gêneros.

Com o objetivo de atrair o público global, as plataformas se utilizam das estratégias de localização que veremos nos capítulos a seguir, investindo em produções regionais, trazendo mais identificação com os públicos locais. Podemos conjecturar que, no caso do Brasil, a telenovela é o produto mais indicado, não só pela sua capacidade de diálogo com a audiência, mas por ser o produto audiovisual mais característico do país, com grandes produtoras especializadas no formato. Por outro lado, enquanto os *streamings* se interessam em produzir telenovela, o aumento da influência cultural das séries internacionais sobre a hegemonia da TV aberta, faz com que as emissoras também promovam adequações no conteúdo. Assim, a TV Globo, principal produtora de telenovelas no Brasil, busca conquistar o público das séries, sem perder aqueles já habituados ao formato de telenovelas, investindo no que parece ser “a sobrevivência de seu próprio futuro, agora com novos formatos e tecnologias” (Ballerini; Künsch, 2022, p. 14).

Essas mudanças e hibridizações nos formatos inerentes ao período posterior à chegada dos *streamings*, alteraram significativamente as formas de se produzir e distribuir conteúdo de TV. Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2024, p. 5) enfatiza

que essas múltiplas transformações contemporâneas da televisão necessitam ser pensadas em conjunto, como sistema, pois “as discussões sobre as transformações tecnológicas da indústria não estão separadas das transformações estéticas e narratológicas, bem como das experiências televisivas do público”. Segundo a autora, os novos sistemas digitais criaram um ambiente denominado por ela de TransTV³, mudando a programação, agora definida de acordo com os desejos de usuários ativos e de nicho, libertando-os do ambiente controlado pela rede, sua programação e publicidade e, deste modo, precisam ser estudados com abordagens convergentes e transdisciplinares.

Importante ressaltar que a capacidade da telenovela de dialogar com os espectadores, ao mesmo tempo que manteve o formato relevante durante anos, também a fez ser criticada em relação à qualidade do conteúdo, considerado excessivamente popular. Desde a expansão do número de aparelhos ocorrida na década de 1970, muitos críticos passaram a rebaixar a TV aberta como um todo, atribuindo a queda do nível das produções ao processo de popularização, estabelecendo-se entre as elites culturais e políticas de países ocidentais a concepção de que a televisão seria um produto inferior (Castellano; Meimardis, 2021). A chegada dos novos meios, como a TV a cabo no final dos anos 1980, posteriormente a internet e, por fim, as plataformas de *streaming* nos anos 2010, atraiendo o público das classes A e B, fez com que os canais de TV aberta, buscando a maior audiência possível, apelassem para uma programação “pautada pelos padrões considerados como típicos do gosto popular. O resultado é uma TV aberta de gosto duvidoso” (Hamburger, 2005, p. 38).

Enquanto isso, Kristin Thompson (2003, p. 135), ao analisar o conteúdo exibido nos canais por assinatura, sugere a existência de uma “televisão de arte”, para designar alguns programas que “fogem da tendência inerente ao meio de encorajar uma grande dependência na repetição de fórmulas⁴”. Esse tipo de programa importa regras do cinema de arte para a tela pequena, destacando-se por “não ser tão uniforme e nem tão

³ Em artigo publicado em 2024, a professora Maria Immacolata Vassalo de Lopes utilizou o conceito de TransTV para descrever o complexo ecossistema da televisão contemporânea na era digital, que se caracteriza pela hibridização de formatos e gêneros televisivos e novos hábitos de consumo de conteúdo, sugerindo uma abordagem interdisciplinar para o seu estudo.

⁴ Tradução nossa.

marcado pela convenção como as normas episódicas ou seriadas - na verdade, provavelmente sua característica mais instigante é não ser convencional” (Mittell, 2012, p. 32). Os novos canais, portanto, posicionam-se de forma mercadológica como “não televisão”, buscando se destacar dos programas da TV aberta com produtos variados, voltados para públicos mais específicos, alegando uma qualidade diferenciada (Castellano; Meimardis, 2021). Essas plataformas são remuneradas de forma diferente daquela utilizada pelos canais de TV aberta, uma vez que estes dependem da venda de espaço publicitário e, no caso das plataformas, da venda de assinaturas. Ainda assim, na sua essência, o principal objetivo permanece o mesmo: atrair a audiência, necessitando, portanto, de produtos que atraiam mais assinantes.

O fato da HBO Max, um canal premium, responsável pela produção de séries consagradas, interessar-se em produzir telenovelas, o conteúdo mais popular da TV aberta configura uma espécie de paradoxo que exploraremos nos capítulos a seguir. Seguindo a lógica da “não televisão” utilizada, em primeiro lugar pela TV fechada e apropriada pelos canais de *streaming*, como a Netflix, não seria esperado desses canais o interesse em produzir programas típicos da TV aberta, como a telenovela. Ainda que, ao fazê-lo, adaptem o formato e o modo de produzir, para tornar o produto mais adequado e competitivo para o público atual.

Desta forma, nos capítulos a seguir, diante do cenário da TransTV, investigaremos a telenovela, que abordando assuntos relacionados ao cotidiano, política, entre outras questões culturais, presentes no dia a dia dos indivíduos, tornou-se “um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira”, unindo aspectos tradicionais da nossa cultura com imaginários modernos, com a sua história fortemente marcada pela “dialética nacionalização-massmediação” (Lopes, 2003, p. 17). Estas características, tornou o formato bastante interessante para os canais, que, ao longo de toda a sua existência, sempre buscaram atrair a maior audiência possível, adaptando-se rapidamente para atender às mudanças nos interesses da sociedade e nos hábitos de consumo do público.

A introdução de novos aspectos tecnológicos, em especial, a difusão da internet comercial, no final do século XX, abriu as portas do mundo digital, prometendo levar conteúdo gerado pelos usuários direto ao consumidor, sem intermediários, criando

novos tipos de funcionalidade e uma visão da mídia que apoiava a eficiência inovadora, trazendo a ameaça de que a mídia tradicional se tornaria irremediavelmente ineficiente (Wolff, 2015). Com um modelo de negócios parecido com o dos canais de TV aberta, os portais de internet tornam-se concorrentes diretos na briga por anunciantes. A chegada das plataformas de *streaming*⁵, utilizando-se da rede de internet cada vez mais veloz para transmitir conteúdo e oferecendo assinaturas com valores mais baixos e sem anúncios, muda também a forma de se assistir conteúdo. As matérias jornalísticas que comentavam sobre o novo serviço em 2011, quando a Netflix chegou ao Brasil, eram taxativas ao afirmar que a televisão tal como nós conhecíamos iria deixar de existir (Castellano; Meimardis, 2021).

As plataformas mudam também a forma de assistir conteúdo, pois não se apoia no conceito de grade de programação, diferente dos canais de TV tradicionais. Todo o seu conteúdo está disponível para o assinante para que ele assista aos produtos da plataforma na hora que quiser, da forma que quiser, sem precisar aguardar o horário em que o seu programa de interesse será exibido. Assistindo de uma vez todos os episódios de uma série, por horas seguidas, ou assistindo longas-metragens aos pedaços, parando quando desejar, quem dita o ritmo e a agenda é o assinante.

Assim, no primeiro capítulo desta pesquisa, buscamos explorar como a televisão aberta se consolidou, principalmente através das telenovelas, as raízes históricas do formato, seu desenvolvimento até se tornar o principal produto audiovisual brasileiro e as mudanças ocorridas desde a chegada dos concorrentes estrangeiros. O objetivo é mostrar como o formato conseguiu se manter relevante durante tantas décadas, sua dramaturgia, os *remakes*⁶ e a cultura das reprises. Dialogando com autores como Jesús Martín-Barbero, Maria Immacolata Vassalo de Lopes e Esther Hamburger, abordaremos, também, a sua forma de produção e financiamento, buscando ressaltar que, além do diálogo com o popular, com o seu

⁵ A primeira plataforma de *streaming* a chegar ao Brasil foi a Netflix. Também conhecidas como SVoD (*subscription video on demand*), possuem semelhanças com os canais de TV fechada, por cobrarem assinatura, mas são consideradas não lineares, por estarem livres da grade fixa de programação. Todo o conteúdo está disponível para o assinante assistir na hora que quiser, da forma que quiser, sem precisar aguardar o horário em que o programa do seu interesse será exibido.

⁶ *Remake* é uma versão atualizada de uma obra que permanece fiel “ao mundo e continuidade da série” (Dowd *et al*, 2013, p.131, tradução nossa). Em outras palavras, são adaptações atualizadas de séries, novelas ou filmes.

público, os aspectos econômicos de sua produção também são importantes para que continue sendo um formato financeiramente vantajoso.

No segundo capítulo, iremos investigar como a chegada da TV a cabo, da internet comercial e do *streaming* acelerou um processo de mudança que já vinha ocorrendo desde o final do século XX. O conceito de TV não linear e as novas formas de espectatorialidade, além do acesso ao conteúdo diversificado trazido pelos canais, o conceito de televisão de qualidade e da TV que não é TV. Utilizando os conceitos de Amanda Lotz, Joseph Straubhaar e Jason Mittell, entre outros, exploraremos conceitos como o das estratégias de localização, utilizados pelos novos competidores do mercado. Além disso, tentaremos apresentar, diante do espaço conquistado pelas séries no território nacional, que transformações ocorreram na telenovela, tanto nos aspectos tecnológicos quanto artísticos, para se manter na concorrência pela audiência e quais as possibilidades de mercado da telenovela no atual cenário do audiovisual brasileiro e mundial.

No terceiro capítulo, analisaremos o *remake* de *Dona Beja*, as semelhanças e as diferenças entre a telenovela realizada para a TV aberta em meados dos anos 1980 e a realizada para o *streaming*. Apresentando um pouco das referências históricas sobre a personagem real que deu origem ao personagem da novela da TV Manchete, faremos uma comparação entre aspectos da trama utilizados e adaptados na versão contemporânea. Nosso objetivo é investigar de que forma os valores da sociedade atual permeiam o desenvolvimento da dramaturgia, buscando comprovar a capacidade de mediação, sempre presente no formato.

Pelo fato de *Dona Beja* ainda não ter estreado e, deste modo, não haver a possibilidade de avaliarmos como será a sua recepção por parte do público de *streaming*, discutiremos o caso de *Beleza fatal*, primeira novela lançada pela Warner Bros. no Brasil. Acredito que a continuidade da produção do formato no *streaming* depende da recepção do público a esses dois produtos, e *Beleza fatal* foi um grande sucesso. Assim como *Dona Beja*, trata-se de um produto híbrido, com características bem específicas do atual cenário audiovisual, e sua análise pode nos trazer uma pista de qual tipo de produto será produzido e exibido pelos canais no curto e médio prazos.

Tentando compreender este fenômeno que é contemporâneo, e ainda encontra-se em processo de construção e desenvolvimento, ao mesmo tempo, buscando o distanciamento necessário para a pesquisa, afastando-me da minha experiência pessoal no projeto, realizei entrevistas com Maria de Médicis, diretora artística de *Beleza fatal*, e Daniel Berlinsky, autor de *Dona Beja*, ambos com experiência em outros projetos voltados para a TV aberta, falando sobre a experiência e as diferenças do produto para o *streaming*. O uso da entrevista de profissionais envolvidos na produção permite entender mais sobre os aspectos levados em consideração na criação de produtos audiovisuais originalmente específicos da TV aberta, no sistema de regras específico do *streaming*.

Finalmente, nas considerações finais, iremos debater as questões discutidas nos capítulos anteriores: a capacidade de adaptação e diálogo com a sociedade da telenovela brasileira e o fenômeno da busca dos *streamings* por este tipo de produto, de grande apelo comercial, utilizando-se, portanto, das mesmas práticas para atingir grandes audiências, o que poderia apontar uma tendência futura na produção de programas, muito mais próximos daqueles realizados com tanto sucesso pelos canais gratuitos. Ao final do trabalho, disponibilizamos a transcrição das entrevistas com os profissionais envolvidos nas novelas. Além disso, por conta da excessiva utilização, no decorrer desta pesquisa, de termos relacionados ao ecossistema audiovisual contemporâneo, muitos dos quais, oriundos da língua inglesa, disponibilizaremos um glossário para melhor compreensão do seu significado.

CAPÍTULO 1 - A televisão em constante transformação e adaptação aos interesses da audiência

Desde a sua inauguração, no dia 18 de setembro de 1950, a televisão brasileira está em constante transformação e adaptação para atender as tendências da indústria e os gostos de seu público. Desta forma, tornou-se o meio de comunicação mais popular do país, *status quo* que sustenta até os dias atuais⁷. Uma das principais causas deste alcance é a sua capacidade de se adaptar, sendo influenciada pelos gostos e transformações da sociedade, desempenhando um papel central na construção da identidade cultural brasileira, moldando valores, gerando debates e criando referências. Jesús Martín-Barbero (2002, p. 25) considera a televisão o mais sofisticado dispositivo de moldagem do cotidiano, promovendo uma mediação entre a indústria cultural⁸ e o seu público, que é definido por ele não como as “tradições específicas de um povo mas a hibridação de certas formas de enunciação, certos saberes narrativos, certos gêneros novelescos e dramáticos das culturas do acidente e das mestiças culturas de nossos países”.

Ao longo de sua existência, à medida que mudaram os interesses da sociedade e seus hábitos de consumo, o meio televisivo passou por diversas transformações, dos programas realizados ao vivo até as complexas telenovelas dos dias atuais, sempre buscando atrair mais audiência para os seus programas. Desta forma, a telenovela é alçada ao posto de principal produto da indústria televisiva brasileira, uma vez que se tornou um dos “mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil” (Lopes, 2003, p. 25), pela sua forma de dialogar com a sociedade, a qual influencia e pela qual é influenciada. Durante muitos anos, assistir à novela tornou-se um ritual coletivo, em que milhões de pessoas desenvolveram o hábito de se reunir diariamente, no horário marcado, em torno do aparelho, permitindo que o conteúdo, predominantemente nacional, caísse no gosto popular.

⁷ O IBGE estima que em 2022, 65,5 milhões de domicílios tinham recepção de sinal de TV aberta (análogo ou digital), o que corresponde a 91,6% dos domicílios com TV no país (Abratel, 2023).

⁸ Termo criado pelos sociólogos Theodor Adorno e Max Horkheimer (1985), da Escola de Frankfurt, para criticar a forma como o capitalismo se utiliza dos meios para criar um movimento de consumismo, utilizando a própria arte como forma de produto para ser consumido.

Em um primeiro momento, na década de 1950, porém, o número de aparelhos existentes no país era de apenas 200, uma vez que seu alto custo impossibilitava sua aquisição para a maior parte dos consumidores brasileiros. Esse número deu um salto nos anos 1970, com o chamado milagre econômico⁹, quando os aparelhos de TV se tornaram os eletrodomésticos mais cobiçados pela população, à frente até mesmo da geladeira¹⁰, chegando a 30 milhões de aparelhos em 1990, tornando-se presente em 94,3% dos domicílios brasileiros no ano de 2023 (Globo, 2025). Outro fator importante foi o aumento do alcance do sinal de TV, com o investimento governamental na instalação de antenas repetidoras, possibilitando a chegada do sinal a todos os cantos do país, chegando ao seu auge nos anos 1980 e 1990.

O surgimento da rede internacional de internet, das redes sociais e das plataformas de *streaming*, com a digitalização do conteúdo, promoveu a segmentação da programação, alterando significativamente a forma de se assistir à televisão e afetando o próprio conceito de conteúdo televisivo. Foram muitas as mudanças, tanto tecnológicas, alterando a forma de produzir, quanto estéticas e dramatúrgicas. A televisão precisou continuar se reinventando continuamente para se manter relevante, buscando atrair um novo público, sem deixar de ser atraente para seu público fiel¹¹.

Nas páginas seguintes deste capítulo, buscaremos levantar os aspectos do seu desenvolvimento ao longo das décadas, que passa pela criação da telenovela, seu principal produto, e sua evolução, até os dias atuais. Para tal, utilizaremos o modelo definido pela pesquisadora Esther Hamburger que, tomando como referência as relações que se estabelecem entre Estado, indústria televisiva, anunciantes e o público,

⁹ Entre 1968 e 1973, durante a ditadura militar, através de forte intervenção estatal na economia, com investimentos massivos em obras públicas e na indústria pesada, o Brasil passou por um período de forte crescimento e geração de empregos. Para financiar o investimento, porém, o governo precisou recorrer a empréstimos internacionais em dólar, elevando a dívida externa, que agravada pela crise do petróleo de 1973, levou ao período de crise nos anos 1980 (FGV, 2023) (Franca; Campos, 2022).

¹⁰ Segundo matéria do G1 publicada em 21/09/2012, de acordo com o PNAD realizado em 2011, 59,4 milhões de lares tinham televisão (96,9% do total). Já o número dos que tinham geladeira era de 58,7 milhões (95,8%).

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2012/09/numero-de-casas-com-tv-supera-o-das-que-tem-geladeira.html>.

¹¹ Em 2022, entre os domicílios com TV, 43,4% utilizavam algum serviço pago de *streaming* de vídeo, mas 93,1% também acessavam canais de TV aberta. Além disso, a TV aberta é responsável por 79% do tempo de consumo dentro de casa, enquanto os serviços de *streaming* ficam com a fatia restante, de 21% (Abratel, 2023).

divide a história da televisão brasileira em três etapas. A primeira associada à TV Tupi, emissora dominante durante os primeiros vinte anos, quando os primeiros programas de dramaturgia eram feitos ao vivo. A segunda, já mais profissional, associada à TV Globo, onde a telenovela se torna o principal produto da programação. E a terceira e atual, associada à diversificação da indústria, “na qual a Globo ainda ocupa uma posição de destaque, mas não a hegemonia do período anterior” (Hamburger, 2005, p. 27), nos levando a analisar, no terceiro capítulo desta dissertação, a adaptação da telenovela, ligada tradicionalmente à TV aberta, para as plataformas de *streaming*.

1.1. O nascimento da televisão brasileira e o desafio de atrair o público

No dia 18 de setembro de 1950, Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados, inaugurou, na cidade de São Paulo, a TV Tupi, primeira emissora de televisão da América Latina que, assim como é o caso do rádio, sustenta-se com a publicidade, estabelecendo uma parceria que vai se manter por toda a sua história, “estreitando o elo entre a indústria de bens culturais e a indústria de bens tradicionais, voltados para o consumo” (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010, p. 39). O novo meio, portanto, só poderia gerar lucros e se tornar viável economicamente se houvesse audiência. Como, em um primeiro momento, não havia no país nenhum aparelho para captar as imagens transmitidas, o empresário precisou “contrabandear” 200 aparelhos que ele espalhou por bares e outras localidades da cidade de São Paulo, uma vez que o sinal transmitido só tinha o alcance de 100 quilômetros (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010).

Durante o discurso de inauguração, Chateaubriand reforçou o potencial do meio, declarando que a televisão seria “a mais subversiva máquina de influir na opinião pública, uma máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados” (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010, p. 19). Mas apesar de surgir sob uma atmosfera de sonho e irrealdade, em torno da qual criou-se grandes expectativas, as possibilidades iniciais do meio eram bastante diferentes. Apesar das promessas nos primeiros anúncios, de que o mundo ficaria ao alcance do público e de

que seria oferecida uma reprodução nítida e precisa das imagens (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010), na realidade, os primeiros aparelhos eram pequenos e em preto e branco e sua imagem tinha uma resolução muito baixa. Em sua autobiografia, Walter Clark, profissional importante para o desenvolvimento da TV aberta no Brasil, conta sua primeira impressão, quando levado por seu pai para ver um aparelho de televisão, montado no térreo da Rádio Nacional do Rio de Janeiro no ano de 1948. Diante da inevitável comparação com as “imagens perfeitas do cinema”, sua principal referência, Clark comenta não ter achado graça “naquela telinha pequena, pálida, com imagens mal definidas num preto e branco que estava sempre mais para o cinza” (Clark; Priolli, 1991, p.16).

Os profissionais, na sua maioria técnicos e artistas vindos do rádio, do teatro e até mesmo do circo, precisaram aprender na prática. A televisão era ao vivo, e o conteúdo captado pelas câmeras era transmitido diretamente, não havendo possibilidade de gravação e, portanto, da exibição de reprises. Cassiano Gabus Mendes, primeiro grande diretor artístico da televisão brasileira, idealizou o show de estreia da Tupi, chamado de *Show na taba*, com música, humor, dança e um quadro de dramaturgia, apresentado por Homero Silva. Ao final da transmissão, porém, segundo conta Daniel Filho¹², de maneira bem-humorada, deu-se conta de que não havia nada planejado para ir ao ar no dia seguinte (Filho, 2001). Ainda não existia o conceito de grade de programação, que conforme comentaremos a seguir, foi essencial para a estruturação e o sucesso da televisão aberta como conhecemos. Por muitos anos, o canal só ia ao ar durante mais ou menos cinco horas, no horário nobre, pois além da dificuldade de toda a programação ser ao vivo, no resto do dia a audiência estava concentrada no rádio, que reunia os artistas mais populares dos anos 1950.

Este período inicial é frequentemente descrito como elitista, pelo fato de que somente quem possuía recursos financeiros para comprar o aparelho tinha acesso à programação, mas Renato Ortiz (2001) observa que, como a maioria dos profissionais da TV era oriunda do rádio, meio extremamente popular, além da programação da época ser composta por programas como shows de auditório, programas humorísticos,

¹² Na época, Daniel Filho iniciava sua carreira como ator, tornando-se, posteriormente, um importante diretor de cinema e TV, além de ter ocupado um importante cargo executivo na Globo.

música popular e telenovelas, o mais adequado seria chamar o período de “incipiente” (Ortiz, 2001, p.61), em função da pequena quantidade de televisores existentes¹³. Essa escassez de aparelhos cria o costume, que vai permanecer durante muitos anos, de se assistir televisão de forma partilhada, “recriando-se em torno dela novas tipologias dos antigos saraus domésticos. Os chamados televizinhos compareciam em grande número nos horários dos programas mais esperados” (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010, p. 32), uma das características mais marcantes da experiência de assistir à TV. Ao final da exibição dos programas, “o som da televisão era encoberto pelas conversas de família, pelos comentários depois das transmissões, complementando o texto do programa pelas múltiplas opiniões da plateia”, caracterizando uma interação que, apesar de neste primeiro momento limitar-se à casa dos espectadores, leva a um hábito que passa a influenciar, como veremos a seguir, a própria maneira de se produzir televisão.

Para entendermos a relação do telespectador e de sua influência no andamento da trama, é necessário, porém, entendermos o modelo de negócios dos chamados canais de televisão aberta, que, como observamos acima, têm a publicidade como principal fonte de remuneração. Cada ponto de audiência alcançado significa mais anunciantes e mais retorno financeiro, de um modo geral, em detrimento dos canais concorrentes, o que leva a uma disputa pela atenção do público, tornando a busca pela audiência a razão da maior parte das decisões e estratégias adotadas pelas emissoras.

O primeiro gênero narrativo dramático foi o teleteatro, que teve grande prestígio junto ao público e aos críticos, com destaque para *Grande Teatro Tupi*, *TV de Vanguarda*, *TV de Comédia*, *Câmera Um*, que adaptavam clássicos da dramaturgia e literatura mundiais com técnicas cinematográficas, o que lhes acrescentava um ar de alta cultura (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010). Enquanto no rádio continuavam as novelas com linguagem bem mais popular e tramas carregadas de emoção, naquele momento, em que a aquisição de um aparelho de TV era sinal de *status* social, alguns privilegiados podiam assistir aos teleteatros que desfilavam um repertório de autores como Shakespeare, Ibsen, Goethe, Pirandello, Strindberg, Maughan, Dostoievski,

¹³ Estima-se que, no final de 1950, existissem apenas dois mil televisores em São Paulo. No ano seguinte, esta quantidade aumentou para sete mil, incluindo uma parte destes aparelhos que já se encontrava no Rio de Janeiro.

Lorca, Nelson Rodrigues, entre outros¹⁴ (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010), desta forma, atendendo aos interesses do público de TV. Os espetáculos mais importantes eram muito ensaiados, uma vez que eram exibidos ao vivo e protagonizados pelos grandes atores do teatro. O principal objetivo da teledramaturgia mundial, naquele momento, era criar programas que pudessem trazer prestígio aos canais, buscando fazer programas artísticos na televisão, assim como se fazia no cinema. Por este motivo, Arlindo Machado (2000, pg. 22) considera este período como “a idade de ouro da televisão”, anterior à popularização do meio, em que seu conteúdo era prestigiado e respeitado por produtores, críticos e espectadores. Os teleteatros atendiam aos interesses do momento, em que até mesmo “o público mais sofisticado se dirigia aos cafés para ver televisão” (Machado, 2000, p. 23). Os executivos das emissoras, valorizavam o formato e o consideravam mais propício a um trabalho autoral de qualidade.

O teleteatro funcionava como um laboratório para artistas, escritores, diretores e cenógrafos. É nesse espaço que foram levadas as primeiras experiências que buscavam adequar as técnicas teatrais e cinematográficas. Do teatro, os diretores procuravam garantir a densidade cultural da dramaturgia, adaptando-a, porém, ao novo meio, criando uma nova forma de expressão corporal e de inflexão de voz. O cinema funcionava como modelo para o movimento da câmera e para o corte das cenas (Ortiz, 2001, p. 72).

Em paralelo aos teleteatros, porém, pensando em retratar o cotidiano das pessoas, as questões familiares e de relacionamentos, Walter Forster propôs em 1951 *Sua Vida me Pertence*, com 25 episódios de 20 minutos, exibidos duas vezes por semana (terças e quintas), sempre no mesmo horário. A primeira novela brasileira era apresentada ao vivo. Como no teatro, os atores representavam para as câmeras como se fossem a plateia, exibindo, em oposição aos teleteatros, uma trama popular,

¹⁴ Diferentemente de países desenvolvidos, em que muitos destes espetáculos da TV ao vivo foram registrados em película, no Brasil, mesmo depois da introdução do videotape, as fitas que existiam foram apagadas, não sobrando, portanto, registros da memória do teleteatro (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010).

iniciando a tradição realista da telenovela brasileira. Com um triângulo amoroso, formado pelos personagens de Lia de Aguiar, Vida Alves e o próprio Walter Forster, leva para a televisão “os primeiros elementos da produção industrial” (Ricco; Vannucci, 2017, p. 22). As telenovelas passam a ser apresentadas de 2 a 3 vezes por semana, enquanto os teleteatros, de modo geral, eram exibidos semanalmente, ou quinzenalmente. Por ser considerada um prolongamento das radionovelas, porém, pesava sobre o novo gênero a qualificação de desprestígio. Nenhuma das expressões de qualidade citadas acima serão encontradas na telenovela, que passa a ser considerada, desta forma, uma produção com “padrões menos qualificados [...] mesmo sua dimensão televisiva não era considerada pela ótica de uma linguagem específica do vídeo” (Ortiz, 2001, p. 74). Cria-se, assim, uma hierarquização entre dois meios de expressão distintos, o teleteatro, prestigiado e erudito, dando uma dimensão cultural à televisão, enquanto a telenovela um gênero considerado menor, seguindo uma lógica de mercado, buscando um público mais amplo. Segundo Ortiz (2001, p. 76), em um primeiro momento, coube ao “universo da chamada alta cultura desempenhar um papel importante na definição dos critérios de distinção social”, uma vez que as emissoras de TV não queriam assumir a importância da lógica comercial.

A inauguração da TV Tupi carioca, em 1951, exibindo uma programação idêntica à da filial paulistana, fez com que, pelo fato de a programação ser ao vivo, o canal precisasse montar esquemas semelhantes de produção nas duas cidades (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010). A transmissão era exibida localmente, portanto, a concorrência se dava com emissoras das mesmas localidades. A TV Paulista, inaugurada em 1952, e a TV Record, de 1953, concorriam com a Tupi de São Paulo e a TV Rio, segunda emissora carioca, indo ao ar em julho de 1955, concorria por audiência com a TV Tupi do Rio de Janeiro. Seu primeiro programa de sucesso foi *Noite de Gala*, lançado em 1957, exibido todas as segundas-feiras à noite. Em 1959, também no Rio de Janeiro, estreou a TV Continental, e em 1960, a TV Cultura e a TV Excelsior (Xavier, 2000), que se destacou por ser a primeira emissora brasileira com uma administração profissional (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010).

Diferentemente de suas concorrentes, como a Tupi, em que a programação precisava sair do ar para a montagem dos cenários, ao final de cada programa, na

Excelsior havia uma determinação de que os programas deveriam ir ao ar no horário previsto. Tal medida buscava criar mais fidelidade do público, que passou a saber, de antemão, em que horários seriam exibidas suas atrações favoritas. Além disso, o diretor artístico da emissora Álvaro Moya idealizou uma programação com muitos elementos brasileiros, diferenciando-se das outras emissoras acostumadas a adaptar textos internacionais (Ricco; Vannucci, 2017).

A difusão do videotape, em 1963, modificou de forma significativa a forma de produzir TV, possibilitando à emissora a distribuição do mesmo conteúdo para diversas afiliadas. Os programas eram gravados previamente e as fitas eram transportadas fisicamente para as outras filiais, contando com a estrutura da Panair, empresa aérea dos mesmos donos da emissora. Desta forma, apesar da impossibilidade da transmissão simultânea para diferentes cidades, cria-se, pela primeira vez, um conceito de rede, uma vez que, um mesmo programa produzido, era exibido para uma audiência maior sem os custos, por exemplo, da Tupi, que precisava manter equipes distintas nas suas diversas sedes. Sem necessidade de custear as estruturas duplicadas, a Excelsior podia pagar salários mais altos para os seus profissionais (Filho, 2001). Além disso, sua capacidade de distribuição contribuiu para a criação de uma cultura televisiva nacional unificada, passando a desempenhar um importante papel na formação da identidade cultural brasileira. Oferecendo “a difusão de informações acessíveis a todos sem distinção de pertencimento social, classe ou região”, a TV assume uma função que, anteriormente, era “da alcada privilegiada de certas instituições socializadoras tradicionais como a escola, a família, a igreja, o partido político, a agência estatal” (Lopes, 2003, p. 18).

A inovação do videotape também contribuiu para um maior profissionalismo, levando a mais qualidade na produção dos programas, pois eliminou os constantes erros e improvisos que caracterizavam a televisão brasileira em seus primórdios. A imponderabilidade da transmissão ao vivo, apesar de trazer frescor e a sensação de se presenciar algo que é autêntico e verdadeiro, muitas vezes, comprometia o profissionalismo das produções. Além disso, a gravação prévia permitiu não somente um melhor planejamento das produções, mas o desenvolvimento de uma linguagem

dramatúrgica, através da edição e montagem, contribuindo com o ritmo e a coerência dramática dos programas, tornando-os mais atraentes para o público.

Ao assumir a direção artística da Excelsior, em 1963, Edson Leite constatou que os melhores índices eram registrados nas faixas ocupadas por dramaturgia. Considerando o sucesso dos teleteatros semanais, e das telenovelas, decide colocar no ar, sempre no mesmo horário, uma história dividida em capítulos. “A telenovela diária já existia na Argentina, país que (Edson Leite) visitava com certa frequência para rever os amigos e familiares de sua esposa” (Ricco; Vannucci, 2017, p. 219). Seguindo esta lógica, em 1963 estreou a primeira telenovela diária: 2-5499 *Ocupado*, estrelada por Tarcísio Meira e Glória Menezes. Exibida em 42 capítulos, é baseada na versão original argentina de Alberto Migré e determina o domínio da lógica industrial sobre a indústria televisiva, apresentando um tipo de conteúdo que, dificilmente, poderia ser exibido através da captação ao vivo, demandando forte estrutura de produção e distribuição de imagens (Ortiz, 1991).

O sucesso da novela diária leva outras emissoras a investirem no formato, o que leva à extinção do teleteatro. A Excelsior encerra a produção de seus dois programas teatrais: *Teatro 9* e *Teatro 63*, mesmo caminho seguido pela Tupi que, no ano seguinte, com o sucesso de sua novela diária *O direito de nascer*, também retirou o *Grande Teatro Tupi*, considerado, até então, o cartão de visitas de sua programação. A emissora manteve o *TV de Vanguarda* por mais três anos, mas também o retirou do ar em 1967. Além de mais adequada à lógica de produção industrial, em larga escala e, por isso, com maior potencial econômico, como veremos a seguir, a trama diária tem maior possibilidade de retenção do público, comparada, segundo Martín-Barbero (1997, p. 307), com o folhetim, “agora, em sua versão mais nova e mais latino-americana”, acrescentando que as telenovelas extrapolam o mercado local, que assim como os “grandes textos do realismo mágico, a telenovela é o outro produto cultural que a América Latina conseguiu exportar para Europa e EUA”, encerrando, portanto, o ciclo do teleteatro, mais artesanal, exibido ao vivo, com um episódio produzido de cada vez, e iniciando-se a era de hegemonia da telenovela, serializada e industrial.

1.2. A telenovela: principal instrumento da disputa pela audiência

Em 6 de dezembro de 2021, foi ao ar na TV Globo o programa *70 Anos Esta Noite*, em homenagem ao lançamento de *Sua Vida Me Pertence*, exibida na TV Tupi de São Paulo. Escrita e dirigida por Walter Foster, estreou em 21 de dezembro de 1951, e permaneceu até 15 de fevereiro do ano seguinte, com cerca de 15 capítulos apresentados ao vivo, duas vezes por semana. O melodrama, por suas características dramáticas, tornou-se o gênero predominante das telenovelas brasileiras que, com o apoio da multinacional Colgate-Palmolive, já fora experimentado com sucesso em outros países da América Latina. Nos títulos das novelas apresentadas em São Paulo pelas TVs Tupi e Paulista, no período de 1951 a 1953, fica clara esta dimensão trágica: *Noivado nas trevas*, *Um beijo na sombra*, *Rosas para o meu amor*, *Minha boneca*, *O último inverno* (de José Castellar), *Senhora* (de José de Alencar), *Casa de pensão* (de Aluísio de Azevedo), *De mãos dadas* (de Túlio Lemos), *Meu trágico destino* (de J. Silvestre), *Na solidão da noite* (de Péricles Leal). Como vimos acima, porém, somente em julho de 1963 foi ao ar 2-5499 *Ocupado*, primeira telenovela diária, gravada e editada previamente, nos moldes que, de modo geral, permanecem até os dias atuais.

Produto audiovisual híbrido, derivado da radionovela¹⁵ e do teatro, a telenovela é contada em episódios, de forma seriada, com forte influência do folhetim, formato de texto nascido nos jornais europeus no final do século XIX. Segundo Jesús Martín-Barbero, o folhetim foi um “fenômeno cultural muito maior que o literário”, tornando-se “espaço privilegiado para estudar o surgimento, não só de um meio de comunicação dirigido às massas, mas um novo modo de comunicação entre as classes” (Martín-Barbero, 1988, p. 149). Nas telenovelas, assim como no folhetim, ao final de cada episódio é apresentado um gancho narrativo, em que determinada situação dramática é deixada para ser resolvida no capítulo seguinte, um “corte da narrativa num momento chave, [...] a arte de fazer o telespectador esperar. É o gancho que determina o ritmo, o

¹⁵ Nos Estados Unidos, as empresas que financiavam o rádio comercial, como Procter and Gamble, Colgate-Palmolive e Lever Brothers, começaram a produzir as *soap operas*, com o objetivo de vender seus produtos às donas de casa. Pela primeira vez, o rádio foi explorado, em toda sua potencialidade, como veículo de irradiação das histórias seriadas. Os países da América Latina imitaram o formato, sendo Cuba o primeiro a transmitir, por volta de 1935, as primeiras radionovelas, consolidando na região um sistema radiofônico comercial.

movimento no roteiro de uma telenovela” (Alencar, 2004, p. 62), ou, como diria Hamburger (2005, p. 47): “a pergunta feita e não respondida - que idealmente conclui cada bloco da narrativa”. “A intensidade do suspense criado”, tem o intuito de segurar o espectador e, segundo a autora, deve crescer “em direção ao final de cada capítulo, ao final de cada semana, ao final da novela, ou em momentos cruciais da narrativa”.

Ainda segundo Martín-Barbero (1997, p. 181), a duração faz com que o folhetim e, portanto, também a telenovela, consigam “confundir-se com a vida, predispondo o leitor a penetrar a narração, a ela se incorporando mediante o envio de cartas individuais ou coletivas e assim interferindo nos acontecimentos narrados”. Essa interferência dos leitores no folhetim, através de cartas aos jornais, pelo fato de suas histórias apresentarem uma estrutura aberta, também leva, segundo o autor, a uma mistura da narrativa com a vida. Ele considera esse aspecto “uma das chaves de sua configuração como gênero e também de seu sucesso”. Essa participação nos rumos da trama, criando uma relação em que as classes populares interferem na narrativa, permanece nas relações do público com as telenovelas, conforme detalharemos a seguir, um diálogo que é muito importante para a longevidade do formato.

A utilização do melodrama é um dos grandes motivos para o sucesso e a relevância das telenovelas. O gênero surgiu na França, no contexto da Revolução Francesa, em resposta à decadência do sagrado tradicional e suas instituições representativas, a Igreja e a Monarquia, com o objetivo de promover novos valores éticos, em uma sociedade sem a legitimação religiosa (Brooks, 1995). Para tanto, aborda temas universais de forma direta e emocional, permitindo que diferentes públicos se identifiquem com as histórias de sofrimento, superação e triunfo do bem sobre o mal. Combina um determinado número de elementos dentro de uma fórmula que simplifica o mundo e reduz as contradições do homem a uma polaridade moral, na qual ocorre o embate entre os tiranos e os injustiçados, sendo estes últimos os que triunfam no final, privilegiando, como forma de capturar o público, a emoção e a sensação, variando estas emoções a partir de uma alternância de momentos calmos e movimentados, alegres ou patéticos.

Além disso, a telenovela conta dramas românticos que se utilizam do espaço privado do seio familiar para discutir temas públicos e culturais. O conflito é

solucionado apenas quando se almeja terminar a história. A autora Samira Campedelli (1987, p. 45) nomeia os conflitos existentes como *plots*, e exemplifica: “plot de amor: o casal que se ama é separado por alguma razão, volta a se encontrar e tudo acaba bem”. O casal reata, acaba o *plot*, acaba a estória; porém, até que reatam, são criados muitos ganchos, de capítulo a capítulo, que esticam a estória e impedem a finalização do conflito, do *plot*.

Quando a repercussão é boa, a novela extrapola essa rede básica e se torna notícia também em espaços não usuais, como as primeiras páginas ou seções de política dos jornais de elite. Esse potencial de conectar espaços usualmente tratados de maneira separada é indício da força da telenovela. Quando a conversa ao pé do ouvido, a fofoca da alcoviteira coincide com o assunto da primeira página dos veículos nobres de notícia, está mobilizada uma rede de comunicação e polêmica de alcance raro (Hamburger, 1998, p. 482).

A longa tradição das novelas radiofônicas brasileiras serviu como uma fonte inesgotável de referência para a produção de telenovelas. Valendo-se da experiência alcançada pelas radionovelas, a televisão foi buscar nos profissionais do rádio a fórmula do sucesso do gênero para investir em telenovela. Influenciadas pelas radionovelas cubanas, privilegiavam o lado trágico e melodramático, trazendo assuntos que diziam respeito diretamente às mulheres, como casamento, adultério, divórcio, separação e prostituição, temas voltados para o universo feminino da época, uma vez que “já em 1932 as pesquisas de audiência descobrem que a dona-de-casa é o membro da família que tem maior influência nas compras” (Ortiz, 1991, p. 20). Havia ainda as radionovelas com temas históricos e detivescos, que desfrutavam de grande prestígio. Portanto, um produto resultante das necessidades econômicas do rádio comercial aliado à tradição literária.

2-5499 *Ocupado*, por exemplo, conta a história de uma mulher detenta que trabalha como telefonista em um presídio. Ela atende a ligação de um homem que ligou por engano, mas pelo pouco que conversam, e apenas ouvindo as suas vozes, os dois se apaixonam sem nunca terem se visto. O drama, porém, está no fato de que ele, um advogado, não sabe estar falando com uma detenta. A história fez um grande sucesso, fazendo com que José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, recém-contratado pela TV Rio, resolvesse adaptar *O direito de nascer*, título de autoria do cubano Félix

Caignet, escrita originalmente para a Rádio Havana, em 1946, e conhecida por ser repetidamente produzida por diversas rádios da América Latina. Lançada em parceria com a TV Tupi de São Paulo, comandada na época por Cassiano Gabus Mendes, a novela se torna um grande sucesso, conquistando não só a liderança do horário, mas contribuindo para a boa audiência dos programas que se seguiam na programação (Ricco; Vannucci, 2017). É a consolidação definitiva do formato, conquistando de tal forma o público telespectador, que culminou numa festa de encerramento, promovida pela TV Tupi, no Ginásio do Ibirapuera, em São Paulo, no dia 13 de agosto de 1965, e no Maracanãzinho, no Rio de Janeiro, um dia depois.

Conforme comenta Renato Ortiz (1991), entre 1963 e 1969 foram exibidas 195 novelas, passando de apenas três novelas em 1963, subindo para 26 em 1964 e atingindo um pico de 48 em 1965. Este é um período particularmente criativo no desenvolvimento de conteúdo para a TV brasileira. Um período de forte competição no Rio de Janeiro e em São Paulo entre TV Excelsior, TV Tupi, TV Rio, TV Record e TV Globo. Foi neste período que a grande batalha pela dominância da televisão brasileira foi travada (Straubhaar, 1984). Todos estes canais lançam mão da telenovela como estratégia para conquistar o mercado, inclusive a TV Cultura. Segundo Walter Clark, importante diretor da TV Rio e mais tarde da TV Globo, as telenovelas, com formato diário, passaram a fazer muito sucesso e eram ótimas para fixar uma grade de programação, porque mantinham o telespectador ligado na emissora todos os dias (Clark; Priolli, 1991).

Inicia-se, assim, no período do final dos anos 1960 e início dos anos 1970, a segunda etapa que mencionamos no começo deste capítulo, que atravessa todo o final do século XX até a chegada dos canais a cabo e da internet comercial. Neste período, a história das novelas se confunde com a história da própria televisão, do mercado consumidor, da indústria fonográfica, estimulada por trilhas sonoras, e do ramo da pesquisa de mercado, incrementado pela demanda de anunciantes e emissoras. O auge do formato, porém, ocorre, como veremos a seguir, com a exibição de um conteúdo de ficção televisiva com foco na realidade brasileira. Começam as produções novelescas ambientadas no Brasil, rompendo com o modelo estrangeiro do folhetim. “A

telenovela, cotidiana e doméstica, transformou-se nesse período na principal forma de produção da imagem ideal do homem brasileiro” (Kehl, 1986, p. 289).

1.2.1 A dominância da TV Globo e o padrão de qualidade

Embora a indústria de televisão brasileira tenha surgido sob a tutela da indústria estadunidense, logo ficou clara a possibilidade de autonomia nacional. Mesmo com a chegada, no início dos anos 1960, da tecnologia que permitia a dublagem de programas estrangeiros, o que levou à aquisição, por parte das emissoras, de uma grande quantidade de seriados, desenhos animados e filmes de longa-metragem, como *Bonanza* e *I Love Lucy*. Estes programas passaram a ocupar uma grande fatia do horário nobre noturno, uma vez que era mais barato exibir produtos de aquisição do que produzir por conta própria. Segundo Straubhaar (1984, p. 225), apesar de, no início, esses programas terem um certo apelo de novidade, com o número total de horas exibidas “subindo de 36% em 1963 para 48% em 1965”, no decorrer da década esse número recuou, enquanto aumentavam o número de telenovelas e programas de variedade, humor e shows, que se utilizaram do forte apelo da música brasileira para conquistar audiência (Straubhaar, 1984). Desta forma, nos anos 1970, os programas de conteúdo nacional passaram a ocupar a maior parte da programação exibida em horário nobre, “ficando o produto importado, sugestivamente apelidado de ‘enlatado’, com índices de audiência não tão significativos e importância financeira secundária” (Hamburger, 2005, p. 23), passando a ser utilizados para preencher a grade em horários cujo tamanho da audiência não pagava o custo de uma produção local.

A estreia da TV Globo, emissora de TV de Roberto Marinho, que como Assis Chateaubriand comandava uma empresa de rádio e um jornal impresso, em 1965, traz um novo fôlego para a telenovela. Apostando no formato como principal produto na luta pela audiência, a Globo estabeleceu o seu próprio departamento de dramaturgia, chefiado por Glória Magadan, escritora cubana exilada no Brasil. Como os primeiros formatos produzidos ainda no início dos anos 1960 eram importados do México e da Argentina, que por sua vez, tinham como principal influência as radionovelas e telenovelas produzidas em Cuba, nos anos 1940 e 1950, pareceu natural a escolha pela

autora, que trouxe para a emissora o seu estilo de produzir histórias fantasiosas que se passavam em terras distantes. Sob o seu comando, os roteiristas eram orientados a “evitar referências a eventos que replicassem tensões sociais” (Hamburger, 2014, p. 22), desenvolvendo, portanto, novelas como *O Sheik de Agadir*, de Glória Magadan, exibida entre 1966 e 1967, *A Rosa Rebelde*, de Janete Clair, de 1969, e *Sangue e Areia*, de Janete Clair (1967-1968). Os figurinos eram de época e os cenários construídos em estúdio.

No primeiro ano de exibição, porém, a audiência não atingiu os resultados esperados, o que levou Roberto Marinho a contratar Walter Clark, jovem executivo bem-sucedido na gestão da TV Rio. Clark tinha plenos poderes e se reportaria apenas ao próprio dono da empresa que, por sua vez, não teria nenhuma função administrativa, uma vez que a gestão deveria ser profissional. Em 1967, Clark contrata o Boni para dirigir a programação e a produção, repetindo parceria que já havia funcionado na TV Rio. Juntos, refinam o conceito de grade de programação¹⁶, esboçado na TV Excelsior, com horários bem definidos: programas infantis pela manhã, femininos à tarde, jornalismo e telenovelas à noite¹⁷, permitindo, assim, uma melhor sistematização do espaço publicitário (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010). A divulgação da programação permitiu ao espectador saber que programa estaria passando em cada momento do dia, criando o hábito no público de organizar suas vidas em torno dos horários da TV, sendo este o período em que foram atingidos os maiores índices de audiência.

Depois da experiência pioneira da Excelsior, a TV Globo foi a primeira emissora a se preocupar com uma administração empresarial e industrial, pautando-se por questões de mercado e criando um importante departamento de pesquisa. Enquanto as outras emissoras repetiam fórmulas que estavam fazendo sucesso, simplesmente tirando do ar os programas que não atingiam as expectativas, na Globo, ao contrário,

¹⁶ Pensada em função do que era a rotina da família brasileira, seus horários de lazer e trabalho, a grade usa conceitos modernos de programação, com estratégias horizontais, em que os programas são exibidos todos os dias na mesma faixa de horário e verticais, em que as atrações são encadeadas a fim de manter o espectador ligado no canal. Assim, de acordo com Walter Clark, é “dar uma coerência aos diversos programas, ordená-los de modo que a audiência se transfigura de um para o outro. Isso atendendo à heterogeneidade do público, às suas múltiplas expectativas” (Clark; Priolli, 1991, p.88).

¹⁷ Como exemplo de utilização de uma estratégia vertical na grade de programação, Clark e Boni tiveram a ideia de colocar no ar, no horário nobre, duas novelas intercaladas com um telejornal. Mantendo o interesse do público que continuava ligado nos programas que se encadeavam.

surge um pensamento de planejamento a longo prazo. A grande mudança conceitual na elaboração das telenovelas, porém, veio da concorrência. Em 1968, em sintonia com o clima de movimentação social, a TV Tupi lança a inovadora novela *Beto Rockfeller*. Conceituada por Cassiano Gabus Mendes, diretor de programação da emissora de São Paulo, foi gravada, diferentemente de como faziam suas concorrentes, preferencialmente nas ruas, fora do estúdio, com muitas locações externas, trazendo diálogos coloquiais e uma trama contemporânea. A novela trazia um protagonista trambiqueiro e carismático, que não tinha vergonha de assumir que fazia o que fosse necessário para subir na vida, representando o desejo de liberdade individual, para além de estruturas sociais e políticas, que incluem a vontade de ascensão social, não necessariamente através do trabalho e do estudo. O ator Luiz Gustavo, muito à vontade na pele do personagem, com liberdade de improviso em relação às falas, introduziu, pela primeira vez em uma novela, a ideia de *product placement*¹⁸. A informalidade na relação entre anunciantes e a emissora, permitiu que o ator fizesse um acordo particular com o fabricante do Engov, remédio para enjoos e ressaca, incorporando o seu uso em cena. A direção é de Lima Duarte, que tinha dirigido os primeiros capítulos de *O direito de nascer*, e o roteiro de Bráulio Pedroso. Os atores que participavam da aquecida e vanguardista cena do teatro paulistano, trouxeram novos elementos ao produto mais industrial da televisão. Apostando, portanto, na novidade de um “produto atual e provocativo que oferecia o talento de artistas de teatro ao grande público em uma história reconhecida já na imprensa da época como marco na teledramaturgia” (Hamburger, 2014, p. 23). A trilha sonora privilegiava, pela primeira vez, as músicas de sucesso da época, em oposição à habitual música clássica que caracterizava as trilhas de novelas até então. Ramos e Borelli (1991), consideram tratar-se de uma novela que:

(...) rompe com os diálogos formais, propondo uma narrativa de cunho coloquial, repleta de gírias e expressões populares. Reproduzindo fatos e fofocas retiradas de notícias de revistas e jornais da época, o enredo procurava reproduzir o ritmo dos acontecimentos no interior da própria narrativa. A preocupação central do autor Bráulio Pedroso era trazer o cotidiano vivido para o vídeo (Ramos; Borelli, 1991, p. 78).

¹⁸ Inserção de um produto ou marca em cena, possibilitando sua exposição de forma mais natural, incorporada na trama.

O sucesso estrondoso de *Beto Rockfeller* mostra um novo caminho, que acaba levando à demissão de Glória Magadan da TV Globo. Daniel Filho, que já era contratado da emissora, tendo dirigido *A Rainha Louca e Sangue e Areia*, em 1967, é promovido à direção do departamento, iniciando a transformação que consolida a indústria de televisão no Brasil com a novela em sua base, inspirando-se nas experiências de sucesso da Excelsior e da Tupi com novelas como *A muralha*, *Minas de prata* e *Beto Rockfeller*, construindo a partir daí um modelo para sua produção, baseado em fórmulas diferenciadas para cada horário. Atenta à melhoria de qualidade, criou núcleos autônomos de realização das novelas subordinados às diretrizes da emissora. Entre 1965 e 1970, a Globo já vinha adotando diversas estratégias de produção, consolidando um elenco profissional e um *star system*¹⁹ (conjunto de estrelas), aliados a uma permanente atualização tecnológica, criou-se um padrão estético na produção e programação, mais tarde denominado “padrão Globo de qualidade”, levando ao consequente reconhecimento e fidelidade por parte do público (Lopes, 2003). Com o avanço do videotape, para garantir que nada saísse errado, Boni definiu que toda a programação deveria ser gravada anteriormente, incluindo parte dos telejornais. Esther Hamburger (2005, p. 35) comenta que essa utilização exagerada da ferramenta possibilitou um melhor acabamento, ao mesmo tempo que “a improvisação, a informalidade e o inesperado que a transmissão ao vivo permite diminuíram consideravelmente em favor da formalidade e padronização do acabamento”.

O crescimento da TV Globo se deve à qualidade da programação aliada a uma administração competente e conta com o apoio da ditadura militar, que se iniciou com o golpe de 1964 e durou até 1985. Considerada estratégica para a política de integração nacional idealizada pelos militares, a televisão articulou a pressão governamental com forças de mercado, sem perder a sua natureza comercial privada. Os militares controlavam diretamente a concessão de canais e a definição do conteúdo, através de um forte controle e da censura. Através de um grande investimento em infraestrutura,

¹⁹ Sistema utilizado nos Estados Unidos na primeira metade do século XX, em que os grandes atores tinham contratos de exclusividade com as grandes produtoras de cinema, tendo a sua imagem e carreira gerenciadas por elas.

que levou à inauguração da Embratel²⁰, possibilitou que as emissoras transmitissem o seu sinal por micro-ondas, permitindo que a programação chegassem a mais regiões brasileiras. Em setembro de 1969, o *Jornal Nacional* se tornou o primeiro programa da televisão brasileira transmitido em rede, levando as notícias que eram interessantes ao regime, a todos os cantos do país, ao ponto de Emílio Garrastazu Médici, terceiro general-presidente da ditadura (1969-1974) a fazer, em 22 de março de 1973, a célebre afirmação:

Sinto-me feliz, todas as noites, quando ligo a televisão para assistir ao jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranquilizante, após um dia de trabalho (Carvalho, 1980, p. 31).

Ao combinar “administração profissionalizada e suporte político ao governo, o grupo (Globo) cresceu em proximidade com o regime, tornando-se o maior beneficiário dos novos recursos tecnológicos” (Hamburger, 2005, p. 32). Apesar de se tratar de uma empresa privada, a emissora, nos anos seguintes, conseguiu, praticamente, o monopólio da audiência, privilégio, em geral, das emissoras públicas em países cuja estrutura de comunicação é estatal. Outras emissoras, que não se alinharam às políticas do regime, não tiveram o mesmo sucesso. A Excelsior manteve no ar o *Jornal de Vanguarda*, que rompia com a linguagem tradicional, introduzindo no estúdio vários locutores e comentaristas, acrescentando “um enfoque inédito na informação: o humor dos bonecos em movimento que Borjalo inventou à presença do velho cronista carioca Stanislaw Ponte Preta” (Carvalho, 1980, p. 32). Por causa de suas críticas ao regime, o jornal acabou sucumbindo ao Ato Institucional n.º 5²¹, em 1968, com a própria emissora desaparecendo em 1970. A TV Tupi, por sua vez, enfraquecida pelo grande endividamento, especialmente com a Previdência Social e impostos federais, teve sua

²⁰ Empresa brasileira de telecomunicações.

²¹ Implementado pelo governo militar em 13 de dezembro de 1968, o chamado AI5 foi um decreto presidencial que retirou os direitos constitucionais que restavam depois do golpe de 1964, aprofundando a repressão no Brasil. Seu objetivo era legitimar as ações políticas dos militares e conferir poderes extraordinários ao presidente, como o de fechamento do Congresso, cassação de mandatos, intervenção nos estados, decretação do estado de sítio sem os trâmites legais da Constituição, suspensão de direitos políticos dos cidadãos, prisões sem justificativa etc.

concessão cassada pelo general-presidente João Baptista Figueiredo (1979 a 1985), em julho de 1980. Percebendo, porém, que com o enfraquecimento da Tupi, crescia o monopólio da TV Globo, repartiram-se as suas concessões entre Sílvio Santos (SBT) e Adolpho Bloch (Manchete), considerados mais dóceis e submissos ao regime do que os concorrentes *Jornal do Brasil* e Editora Abril, substituindo a Tupi por duas empresas frágeis economicamente, que, exatamente por isso, mais controláveis pelo governo. O fechamento da Tupi marcou o fim da primeira emissora de televisão do Brasil e da América Latina, encerrando quase 30 anos de história e inovação na TV brasileira.

A preocupação com a identidade cultural, exigida pelo processo de integração nacional, porém, levou a TV Globo a contratar autores considerados mais eruditos, com experiência no teatro e no cinema, como Dias Gomes, paradoxalmente, um intelectual de esquerda. O autor, que entrou na Globo em 1969, procurou diferenciar suas histórias com personagens atualizados e temáticas como “o preconceito de cor, coronelismo, dinheiro como força corruptora, divórcio, celibato de padres, Zona Sul do Rio de Janeiro, jogadores de futebol, retirantes e marginais do jogo do bicho e contrabando” (Dias Gomes, citado por Ramos; Borelli, 1991, p. 93). Assim, seguindo a tendência criada em *Beto Rockfeller*, os temas retratados estão ligados à realidade nacional, fazendo com que a telenovela não dê espaço para os produtos “enlatados”, ocupando cada vez mais horários na grade de programação. Utilizando “elementos autenticamente locais, produzidos na base da sociedade” (Hamburger, 2005, p. 23), possibilitando uma mediação com o público, cuja opinião, como veremos a seguir, influencia na construção do que é desenvolvido, a telenovela se consolida comercialmente, confundindo-se com o próprio meio de comunicação.

1.2.2. As mediações com o público e a consolidação do formato

A grande popularidade da telenovela brasileira deriva da relação que estabelece com o seu público. Desde os seus primórdios, quando, devido à escassez de aparelhos, famílias e vizinhos se reuniam para assistir à programação, criou-se um sentimento de comunidade e pertencimento, que permanece até os dias atuais, de formas diferentes, como veremos a seguir nesta dissertação, mesmo com a experiência de assistir

conteúdo televisivo sob demanda. A luta, portanto, pelo gosto dos consumidores tem enorme importância nas decisões tomadas pelas emissoras que buscam produzir conteúdo que atraia mais audiência.

A medição de audiência da televisão aberta é feita pelo grupo Kantar Ibope Media, e envolve a coleta de dados em diversas regiões do país. Atualmente, é feita através de um aparelho eletrônico chamado *peoplemeter*, que é instalado nos aparelhos de TV, em uma amostragem representativa de domicílios brasileiros de 15 regiões do país, coletando informações sobre o consumo de TV e internet. O universo pesquisado corresponde a 69.228.072 indivíduos em 27.063.107 domicílios, e um ponto de audiência corresponde a 1% deste universo (Kantar IBOPE Media, 2025). A medição também pode ser feita de forma isolada para cada uma das regiões, possibilitando um panorama mais detalhado. Na Grande São Paulo, por exemplo, um ponto de audiência corresponde a 199.312 de indivíduos, e no Grande Rio, 120.892.

Com o objetivo de entender melhor os interesses do seu público, a TV Globo criou um Departamento de Pesquisa, fundado e dirigido, durante muitos anos, por Homero Sánchez, estabelecendo rotinas de análise e de pesquisa quantitativa e qualitativa, para monitorar não somente a flutuação da audiência, mas também para fornecer dados que definem padrões de medida para o preço dos anúncios. Segundo Mirian de Icaza Sánchez, sua esposa, que também trabalhou, por 26 anos, na Central Globo de Controle e Qualidade, Homero dizia que “quando recebemos os dados de audiência, já é tarde, você precisa saber antes para onde ela vai, quais são as tendências” (Svartman, 2023, p. 105). Não existe, porém, fórmula ou conjunto de regras específicas que garantam que determinado produto irá cair nas graças do público. Segundo Eneida Nogueira, que durante muitos anos chefiou o departamento de pesquisa da TV Globo, “não são as pessoas que assistem televisão. É a televisão que assiste à sociedade”. O que funciona é o que a sociedade quer ver, mas devido à subjetividade dessa afirmação, é difícil estabelecer estratégias específicas. O autor precisa entender o que está latente na sociedade, entender do que a sociedade “quer falar” antes mesmo que a sociedade saiba disso.

Essas tendências, que se caracterizam, muitas vezes, por mudanças sutis na forma de comportamento, de visão de mundo que estão por vir, apesar de difíceis de

precisar, podem vir à tona através de pesquisas. Por isso, segundo Rosane Svartman (2023), autora e diretora de novelas, é necessário que o autor esteja muito antenado para captar assuntos que estão latentes, que a sociedade está pronta para discutir, sem tentar impor uma maneira de pensar, uma vez que, se houver uma imposição, pode haver a rejeição do público (Svartman, 2023). Maria Immacolata Vassallo de Lopes comenta que “a novela capta e expressa a opinião pública sobre padrões legítimos e ilegítimos de comportamento privado e público, produzindo uma espécie de fórum de debates sobre o país” (Svartman, 2003, p. 26-27). Um elemento bastante importante, porém, é o diálogo com o popular, revelando uma maior ou menor sensibilidade e afinidade do autor com as demandas embrionárias ou explícitas no público. Este é o primeiro aspecto importante que deve ser levado em consideração, na concepção de uma novela, aumentando a probabilidade de que ela atinja seus objetivos de audiência.

A pesquisa, contudo, não se faz importante apenas no momento da concepção. Devido ao alto custo de produção, investido, em grande parte, já na fase de implantação, com a construção de cenários, confecção do figurino, entre outros; quanto maior o número episódios tiver uma telenovela, mais esse custo inicial se dilui, ao mesmo tempo em que aumentam as possibilidades de lucro, devido a um espaço publicitário mais longo para ser comercializado. Não é interessante para a emissora, portanto, que o programa saia do ar por conta de baixas audiências. Em 1964, *A moça que veio de longe*, de Ivani Ribeiro, apresentou uma forma de produção que se tornou uma das principais características da telenovela, o fato de ser uma obra aberta. Essa característica, que a torna um produto único na indústria audiovisual, está associada ao conceito definido por Umberto Eco em 1962 (Eco, 2020), para definir obras que permitem a participação ativa do público no processo de criação de sentido, portanto, abertas para adaptações e mudanças até o seu desfecho, em contraste com as obras fechadas, cuja mensagem é mais clara e predefinida. No caso da telenovela, quando começa a sua exibição, nem todos os capítulos estão escritos pelo autor, o que permite que o canal altere a trama, navegando no gosto do público, dando mais visibilidade para subtramas que estejam agradando e diminuindo outras que não tragam o mesmo engajamento. Se, por acaso, um personagem está obtendo maior empatia com o público, suas cenas podem ser ampliadas. Por esse motivo, a audiência é vigiada, para

que se possa definir em quais tramas e personagens se deve investir, caracterizando, assim, a telenovela como obra aberta, passível de receber o influxo do consumidor – o famoso *feedback* (Pallottini, 2012).

Para monitorar regularmente pontos positivos e negativos da trama, o que permite manter os níveis de audiência ou melhorá-los, a Rede Globo organiza grupos de discussão por novela, normalmente ao final da terceira semana de exibição, outra três semanas depois, e, eventualmente, uma terceira mais próxima do final. Os grupos de discussão consistem em convidar espectadoras, pois são sempre mulheres, de diferentes grupos socioeconômicos, para uma reunião, normalmente mediada por um profissional que direciona a discussão, a fim de extrair a percepção das participantes em relação a diversas características da novela (Hamburger, 2005). Assim, a narrativa pode ser manobrada em resposta à recepção do público, levando a mudanças no enredo, personagens ou temas abordados. Apesar da presença de críticos especializados em telenovelas brasileiras, bem como teóricos que pressionam por maior complexidade, sofisticação e inovação, em última análise, é o público que mantém uma telenovela no ar e, portanto, é ele que serve de bússola para a pesquisa. Esse fator é, também, uma das razões pela qual o público se identifica com as tramas da telenovela, pois a trama influencia comportamentos ao mesmo tempo que é influenciada pela sua vontade.

Acompanhar ou assistir a uma novela é incorporar a trama ao cotidiano e de certa forma participar da dinâmica social que vai definindo os rumos da narrativa. Enquanto escrevem, autores estabelecem interlocuções, mesmo que fictícias, não intencionais e/ou não explícitas, com telespectadores imaginários e/ou privilegiados. O telespectador anônimo está incorporado à dinâmica do fazer novela (Hamburger, 2005, p. 44).

O grande trunfo, portanto, está na relação que o formato estabelece com o público, visto que o processo de comunicação se realiza através das trocas e influências entre o meio e seu espectador. As mestiçagens, ou seja, as mediações entre comunicação, cultura e política e as interações culturais, conforme define Jesús Martín-Barbero (2002), fazem com que o produto audiovisual seja ressignificado pelas nossas matrizes culturais, pelas pessoas que assistem, a forma como assistem, e de onde assistem. Assim, a telenovela é uma forma de se pensar o popular, a partir do massivo,

e um caminho para se fugir da colonização cultural (Martín-Barbero, 2002). Segundo o autor, as “transformações operadas pelo capitalismo no âmbito do trabalho e do ócio, a mercantilização do tempo da rua e da casa e até das relações mais primárias, pareceriam ter abolido a sociabilidade” (Martín-Barbero, 1997, p. 306). O cotidiano, portanto, não permite que se tenha a dimensão do lado mais profundo da vida. No capitalismo, a classe trabalhadora, na luta diária pela vida, acaba deixando temas como os sentimentos, as relações humanas, a transitoriedade da vida, em segundo plano. O capitalismo prega a racionalidade em detrimento das emoções. Os excessos do melodrama, segundo Martín-Barbero (1997, p. 166), apesar de julgados como degradantes pelas classes dominantes, contêm “uma vitória contra a repressão, contra uma determinada economia da ordem, da poupança e da retenção”. O melodrama presente nas telenovelas da América Latina cria uma narrativa que conserva “uma forte ligação com a cultura dos contos e das lendas, a literatura de cordel brasileira, as crônicas cantadas nas baladas e nos vallenatos²²” (Martín-Barbero, 1997, p. 307), criando, desta forma, um reconhecimento por parte de seu público, resgatando essa sociabilidade economicamente desvalorizada, mas culturalmente viva. Assim, permite que as classes populares “vinguem-se à sua maneira, secretamente, da abstração imposta à vida pela mercantilização, da exclusão política e da despossessão cultural” (Martín-Barbero, 1997, p. 306). Reconhecendo a força da telenovela e sua importância neste resgate cultural, o autor comenta sobre as críticas negativas, afirmando que este “tem sido um dos modos como a elite de direita e esquerda se distingue/distancia dos humores do populacho, confundindo iletrado com inculto”²³ (Martín-Barbero, 1997, p. 24).

Ao retratar dramas privados, a telenovela pensa o público. Nega e afirma o popular ao mesmo tempo. Oferece um intercâmbio entre o relato e a experiência (corresponde às histórias reais e está profundamente imbricada com a leitura de ficção, o romance, o conto popular, a canção com estribilho), tendo um modo de leitura estruturalmente ligado à oralidade. Apresenta os imaginários e as memórias de classe,

²² Expressão musical colombiana, com forte influência da cultura local, incluindo canções de pastores, cantos de escravos e ritmos indígenas, reconhecido em 2015 como patrimônio cultural imaterial em necessidade de proteção urgente (UNESCO, 2015).

²³ Tradução nossa.

de etnia, gênero e idade. Para Mattelart (1989, p. 111), “a novela é, de certa forma, a caixa de ressonância de um debate público que a ultrapassa”. Molda hábitos de vida objetivos e subjetivos das audiências. Assim, entendemos que o seu sucesso se deve ao fato de que o espectador se reconhece na tela. Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2003, p. 17) considera a telenovela “um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira”, citando que o formato combina o arcaico e o moderno, fundindo “dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários modernos e por ter a sua história fortemente marcada pela dialética nacionalização-massmediação”.

A telenovela, por fim, está na base das representações de uma comunidade nacional imaginada que a TV capta, expressa e constantemente atualiza. O conceito de “comunidade imaginada” criado por Benedict Anderson (2008) relaciona o desenvolvimento da imprensa escrita e o hábito de ler jornais ao sentimento de pertencimento aos estados nacionais surgidos na Europa no século XIX. Em comparação, Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2003) aponta que o hábito de assistir telenovelas em um determinado horário, diariamente ao longo de várias décadas, constitui um ritual compartilhado por pessoas em todo o território nacional, tomando os padrões nela mostrados como “referenciais de família brasileira, mulher brasileira, homem brasileiro e também de corrupção brasileira, violência brasileira, etc.” (Lopes, 2003, p. 18). Assim, a autora utiliza a noção de comunidade nacional imaginada para indicar as representações sobre o Brasil, veiculadas pelas novelas e as maneiras como elas produzem referenciais importantes para a “reatualização do conceito de nação e de identidade nacional”, reproduzindo as imagens que os brasileiros fazem de si mesmos e através das quais se reconhecem. Segundo Rosane Svartman, cineasta, escritora e diretora, as novelas devem ser pensadas “como redes de interações - distorcidas e desiguais - cujos fios e nós se articulam de acordo com um jogo cujas regras mobilizam uma fantasia de estar conectado” (Svartman, 2023, p. 60).

Nos anos 1970 e 1980, além de se tornar um fenômeno de audiência local, a telenovela brasileira, inverte a direção usual dos fluxos transnacionais da mídia, de maneira geral voltados das metrópoles coloniais para as ex-colônias, tornando-se um produto de exportação vendido para países nos cinco continentes (Hamburger, 2005), além das narrativas, levam para o mundo os nossos costumes, através do modo de falar

e se comportar dos personagens, influenciando, diretamente, o modo de pensar e agir de outros povos em relação à nossa cultura e ao imaginário, sobre o país onde essas telenovelas são produzidas.

1.2.3. Temáticas do cotidiano: o público se reconhece na tela

Baseada no gênero do melodrama, na novela há um destaque para as emoções, favorecendo-se a impressão sensorial e concentrando-se na sentimentalidade, podendo com isto ter energia para durar o tempo desejado pelos desígnios da produção. Todos esses elementos, porém, precisam estar bem equilibrados, para que os excessos não sejam rejeitados pelo público. A novela brasileira realmente alcançou a audiência, depois de um início marcado pela influência de produções latino-americanas, com aspectos mais fantasiosos e excessivamente dramáticos, através de *Beto Rockfeller*, que, como vimos acima, trouxe maior conexão com a realidade. Três fatores, segundo Ramos e Borelli (1991, p. 95), contribuíram para a concepção da realidade brasileira refletida nas telenovelas:

Primeiro, uma modernização da sociedade brasileira que demandava uma reformulação da própria narrativa televisiva. A descoberta do cotidiano, do ‘real’, responde a uma exigência por fatias maiores de público do que aquela possível de se atingir com o melodrama clássico. Segundo, ela reflete a incorporação de um grupo de escritores marcados por um projeto nacionalista mais à esquerda, cuja concepção estética era talhada pelo realismo literário e teatral. Poderíamos ainda dizer que um elemento externo completa este quadro: a presença do Estado que demanda por temáticas referentes à ‘nossa realidade’. A Globo surge como um espaço onde interagem essas forças, algumas vezes, inclusive, antagônicas entre si.

As telenovelas da TV Globo passam a buscar uma aproximação com o cotidiano brasileiro. Suas produções buscam, através das locações, figurinos, cenários e diálogos, refletir os modismos e os conflitos de gerações. Enfim, elementos identificáveis pelo público como sendo componentes de um cotidiano próximo ao seu. “Sempre um pouco mais glamourizado, um pouco mais antisséptico, um pouco mais bem-sucedido no final, mas de qualquer forma um cotidiano que se supõe familiar ao tal brasileiro médio” (Kehl, 1980, p. 52). A primeira novela em cores, *O bem amado* (1973), de Dias

Gomes, passa-se numa cidade do interior, abordando temas sociais e políticos de forma criativa. Apesar do país estar vivendo um período de intensa repressão política, com constantes violações dos direitos humanos no Brasil, marcado pela censura, tortura e assassinatos de opositores do regime militar, o autor conseguiu inserir na trama personagens e situações fazendo críticas à política brasileira. O prefeito da cidade fictícia de Sucupira, interpretado pelo ator Paulo Gracindo, é uma caricatura da realidade política brasileira, em que “a censura dava canetaços a atacado, enquanto os palacianos brindavam festivamente com o capital internacional” (Ramos, 1987, p. 69). Mais tarde, quando se transformou em seriado, aproveitou a onda da abertura, aprofundando as questões políticas. Primeira telenovela exibida a cores, consolidou o padrão Globo de qualidade, mas seu mérito “não está em seu colorido, mas em seu texto, situações e personagens, na sua trama” (Sadek, 2008, p. 37). *O bem amado* foi a primeira novela da Globo a ser exportada, abrindo o mercado estrangeiro para os produtos nacionais.

A temática social está presente em todas as novelas das 20 horas a partir dos anos 1970, porém, de modo geral, aparece apenas nas tramas paralelas. O tema central gira em torno de questões individuais onde os protagonistas têm uma relação de amor e ódio. A pobreza é representada, mas a miséria não aparece. Os pobres convivem com boas condições econômicas, têm casa, emprego e amigos. As distâncias são reduzidas entre ricos e pobres. Segundo Ramos (1987, p. 59), “a realidade das novelas é bem mais bela que a da minha rua, a da minha cidade, enfim, a do meu país. Os ricos adormecem em suas mordomias e os pobres não são tão miseráveis. É a cultura zona sul”. Há uma diluição de temas polêmicos, como reforma agrária, êxodo rural e multinacionais. *Cavalo de aço* (1973) colocou a questão da reforma agrária e ficou impossibilitada de continuar, por causa da censura. Novelas como *O casarão* (1976), *O astro* (1977) e *Pai herói* (1979) mostraram o homem do campo indo para a cidade e o debate sobre o êxodo rural diluiu-se numa história de amor, quando o personagem principal se envolveu com uma moça rica. Finalmente, quando os enredos das novelas deixaram de sofrer a pressão da censura, temas como divórcio, relações extraconjogais, antes só permitidas para personagens masculinos, racismo, homossexualismo e emancipação da mulher começam a aparecer. “Após a queda da censura por volta de

1985 e seu banimento do cenário artístico expresso na Constituição de 1988, as personagens femininas passaram a se aproximar de comportamentos encontrados na sociedade” (Távola, 1996, p. 104).

Diferentemente dos outros países latino-americanos, portanto, a novela brasileira é realista, ainda que essa realidade, conforme mencionado por Kehl (1980), e que discutiremos de forma mais aprofundada no capítulo 3 desta dissertação, seja glamourizada, retratando, muitas vezes, características negativas da nossa sociedade de forma superficial. Além disso, não podemos esquecer, que a telenovela deriva do melodrama, associado a uma certa qualidade de “extrema excitação ou de exagero resumida pelo termo excesso” (Singer, 2001, p. 38), no qual, segundo Brooks (1995, p. 40), “o excesso precisa ser manifesto em um estado de exaltação, um estado onde a hipérbole é a forma natural de expressão”. O realismo a que nos referimos se dá pela discussão de temas relacionados ao cotidiano da sociedade. Portanto, é necessário equilibrar todos os elementos, como menciona Janete Clair, uma das maiores autoras da televisão brasileira, o segredo está em saber dosar as emoções como forma de atingir o grande público. “É uma comunicação, assim, de gente pra gente, de emoção pra emoção: eu acho que é isso, não pode ser outra coisa. Eu não estudei pra isso, é uma intuição, um sexto sentido” (Alencar, 2004, p. 95).

Nas décadas de 1980 e 1990, o formato atingiu o seu auge, com novelas que procuravam retratar dramas do Brasil contemporâneo, criando, assim, processos de identificação do público com os personagens. Temas públicos viraram assunto nas conversas dentro de casa, tornando as telenovelas um novo ambiente de debate, provocando polêmicas em nível nacional, um recurso comunicativo capaz de atuar no direito à cidadania e nos direitos humanos na sociedade e gerando nas pessoas uma sensação de reconhecimento. Em 1988, *Vale Tudo*, escrita por Aguinaldo Silva e Gilberto Braga, mobilizou uma experiência emotiva de falência nacional. Enquanto afirmação de impotência diante do rumo das coisas, abriu espaço para a expressão coletiva de sentimentos diferentes e contraditórios sobre os rumos da nação. A abertura da novela tem cerca de 1 minuto de duração e intercala imagens em que predominam as cores verde e amarela, de brasileiros em manifestações políticas e coloridas imagens conhecidas como representativas do país, pontos turísticos e elementos da nossa fauna,

flora e cultura. A letra da música, composta por Cazuza e interpretada por Gal Costa, porém, pede para que o Brasil “mostre a sua cara” e questiona “quem paga, pra gente ficar assim”, invocando um país que, por trás das belas imagens, estaria envolto em negociatas e corrupção, utilizando a imagem figurada de uma festa, para a qual o povo não teria sido convidado²⁴. A novela capturou o sentimento do público em geral, comparando diretamente a protagonista Raquel (Regina Duarte), uma mulher de classe média baixa honesta e trabalhadora, e sua filha, Maria de Fátima (Glória Pires), jovem fútil e inconformada com a vida difícil que leva, capaz de tudo para atingir seus objetivos, questionando, assim, se vale a pena ser honesto num país em que há tanta desonestidade. Os últimos capítulos da novela atingiram índices de audiência acima de 80% e ela esteve na pauta das revistas de domingo dos principais jornais diários. Expressando o debate gerado pela novela, no dia em que o último episódio foi ao ar, uma manchete da *Folha de São Paulo* tematizou o suspense: “O país descobre hoje à noite quem matou Odete Roitman”. A repercussão estava fora do controle. No Rio de Janeiro, até os chefes do jogo do bicho decidiram faturar em cima do mistério, aceitando apostas com os palpites sobre quem havia dado cabo da grande vilã (O Globo, 2024).

Também as cenas de sexo passaram a ser o apelo mais frequente, deixaram de ser apenas sugeridas e tornaram-se presentes nos capítulos com total liberdade. A homossexualidade é apresentada nas tramas, mas somente em suas histórias paralelas. O homossexualismo feminino foi enfocado em *Vale Tudo*, o masculino, que já havia aparecido ainda em 1981, na novela *Brilhante*, com o personagem homossexual acabando por se casar com uma mulher, surge em *A próxima vítima* (1995), em que fica evidente o relacionamento entre dois homens. Em *Explode coração* (1995) há uma *drag queen* que dá conselhos para as mulheres. O universo rural aparece retratado sem enchente, nem seca, mas sim a beleza do campo, o mito à pureza e, algumas vezes, o sofrimento do homem do campo. Aparecem os grandes fazendeiros que se envolvem com mulheres mais jovens e são os donos do poder. O racismo é retratado, mas personagens negros nunca eram os protagonistas nas telenovelas. A novela *A próxima vítima* desencadeou uma discussão sobre a discriminação racial a partir de uma família

²⁴ Abertura da novela disponível em: <https://youtu.be/VADMqDK9W9k?si=ye8yvyjA2v-iaVbe>.

de negros, que culminou no debate sobre cenas de preconceito por parte do personagem representado pelo ator Tarcísio Meira. Quanto à religiosidade, o catolicismo aparece mais frequentemente, com a presença dos padres, das beatas na igreja, dos casamentos e batismos. O misticismo emergiu em *Sétimo sentido* (1982) e em *Roque Santeiro* (1985). Esta última fez grande sucesso, com o suspense criado com a volta do santo que fazia milagres. Finalmente, como forma de conectar-se com a contemporaneidade e conforme cita Svartman (2023), incluir na trama o que está latente na sociedade, são incorporados temas sociais, como uma campanha para encontrar crianças desaparecidas em *Explode coração* e a reforma agrária e o movimento dos sem-terra em *O Rei do gado* (1996).

De um modo geral, porém, as novelas trabalham com estereótipos de personagens que levam tudo às últimas consequências, o que cria o clima de suspense, fundamental para segurar o telespectador durante os seis meses em que se desenrolam os capítulos. A trama evolui recheada de intrigas e desencontros, que se resolvem no capítulo final. A fusão da ficção com a realidade é cada vez mais presente no encaminhamento das histórias, na medida em que a realidade é buscada para atualizar a trama e identificá-la com o cotidiano dos brasileiros. Os anos 1990 anunciam uma novidade no modo de fazer novelas. A TV Manchete levou ao ar *Pantanal* (1990), ambientada na região pantaneira do Mato Grosso, rompendo com alguns padrões que até então eram modelos, utilizando, predominantemente, cenas externas, explorando a ambientação natural do mundo rural, diferenciando-se da TV Globo, que concentrava suas tramas nas problemáticas urbanas. A Globo, por sua vez, colocou no ar telenovelas de temática rural, como *Pedra sobre pedra* (1992) e *Renascer* (1993).

Os anos 1990, portanto, começaram com a produção regular de novelas por parte da TV Globo e da Rede Manchete, além de investimentos esporádicos, porém bem elaborados e competitivos, feitos pelas redes SBT e Bandeirantes, ocasionando um aumento de produção. A TV Bandeirantes, que já havia produzido títulos de sucesso na década de 1980, como *Meu pé de laranja lima* (1980) e *Os Imigrantes* (1981), que chegou a 333 capítulos, voltou a investir timidamente no gênero, colocando algumas novelas no ar, no início da década de 1990, porém sem alcançar uma audiência considerável. Em 1996, considerado o canal do esporte, exibiu a novela *O Campeão*,

enfocando o futebol. O SBT, que durante algum tempo exibiu somente telenovelas de origem mexicana, chega no meio da década buscando encontrar a sua própria fórmula, criando um núcleo de teledramaturgia, estreando, em 1996, três novelas em um único dia, concorrendo, nos mesmos horários, com as novelas da Globo, sem descartar, porém, algumas produções mexicanas. Todo esse movimento foi desencadeado pela TV Manchete, inaugurada em 1983, como vimos acima, assim como no caso do SBT, através da distribuição de concessões originalmente da TV Tupi, remanejadas pelo regime militar. Buscando, inicialmente, destacar-se através de uma programação mais erudita, como veremos a seguir, a Manchete investe em séries e telenovelas de qualidade.

1.2.4. A Manchete busca se diferenciar para sair da sombra da TV Globo

Em 5 de junho de 1983, entra no ar a TV Manchete, emissora do grupo de Adolpho Bloch, com um investimento de cerca de US\$ 50 milhões em instalações e equipamentos mais avançados da época. O programa *Mundo Mágico*, um show de abertura com nomes consagrados da música brasileira e dirigido por Nelson Pereira dos Santos, ficou apenas a dois pontos de audiência do Fantástico, da TV Globo (Ricco; Vannuci, 2017). A programação prosseguiu com a exibição do filme *Contatos imediatos do terceiro grau*, inédito no Brasil, colocando a estreante à frente na audiência. A Manchete investiu em jornalismo e qualidade. O *Jornal da Manchete* era um programa diário com duas horas de duração e nas manhãs exibia *Um toque de classe*, apresentado por Artur Moreira Lima, que entrevistava grandes nomes da música erudita. O canal também lançou a apresentadora Xuxa Meneghel e o seu *Clube da Criança*. Mas segundo declarou Zevi Ghivelder, diretor de programação, “não há uma grande rede de televisão no Brasil sem novelas [...]. A telenovela é o produto mais rentável da história da televisão no mundo” (Ortiz; Ramos, 1991, p. 112). Sobre a relação custo-benefício, o executivo ainda afirma que a telenovela é “diabolicamente bem concebida em termos de rentabilidade” (Ortiz; Ramos, 1991, p. 113). Assim, a emissora também lançou séries e novelas, dentre elas, as mais conhecidas foram *Dona Beija* (1986) e *Pantanal* (1990). A primeira ganhou um *remake* em 2024, produzido

pela Sony Pictures em parceria com a Warner Bros. Brasil, a ser lançada em 2026 na plataforma de *streaming*. Já *Pantanal* teve um *remake* produzido recentemente pela TV Globo.

Como vimos acima, por apresentar custos bastante elevados, onde se concentram interesses econômicos e políticos, uma novela não pode falhar, sobretudo no item mais estratégico: índice de audiência. Desta forma, muitas vezes, “o medo do insucesso faz com que os produtores repitam até à exaustão modelos e fórmulas já testadas e aprovadas, evitando, tanto quanto possível, os arroubos de criatividade, a experimentação de novas formas” (Becker; Machado, 2008, p. 2), criando rotinas de produção que acabam por abusar da repetição, tornando, segundo os autores, o produto altamente previsível em termos de linguagem, desenvolvimento de enredo e temáticas. A novela *Pantanal*, escrita por Benedito Ruy Barbosa, foi recusada pela TV Globo durante muitos anos, pois, segundo reconheceu o próprio Boni em entrevista concedida para a revista *Veja* em 1990, o fato de contar com 80% de audiência com novelas gravadas no próprio Rio de Janeiro, tornava difícil aceitar a ideia de gastar mais tempo, mais dinheiro em viagens ao Pantanal, arriscando-se a produzir uma novela sem garantias de agradar ao público.

Em janeiro de 1990, como primeira medida após sua posse, o presidente Fernando Collor confiscou as cadernetas de poupança de toda a população do país, tirando dos brasileiros todos os seus sonhos relacionados com as ideias de “liberdade e modernidade, de pertencimento ao mundo urbano, de felicidade através do consumo, de todos esses valores que a Rede Globo celebrava nas suas telenovelas e que a publicidade vendia nos intervalos” (Becker; Machado, 2008, p. 2). *Pantanal* surge como um respiro, falando de um outro mundo, selvagem e distante, baseado na simplicidade da vida e naquilo que o dinheiro já não podia mais comprar, resgatando “algo da identidade rural da sociedade brasileira, negligenciada e silenciada durante o processo de modernização do país” (Becker; Machado, 2008, p. 2). As novelas da TV Globo, como menciona o Boni, gravadas no Rio de Janeiro e São Paulo, retratavam o mundo urbano, com histórias de ascensão social que, naquele momento, perderam totalmente o sentido. Em troca, a TV Manchete oferece um lugar paradisíaco, mágico

e sensual, onde os homens vivem da terra e em comunhão com a natureza. A região pantaneira, serve não apenas de cenário para a trama, é também um personagem.

A linguagem revolucionária de *Pantanal*, que só pode ser comparada a algumas minisséries exibidas anteriormente na TV Globo e ao cinema, também foi uma das grandes responsáveis pelo sucesso da novela. Beneficiando-se do equipamento portátil de vídeo, comumente utilizado em produções jornalísticas e documentários, apresenta cenas gravadas, em sua maioria, em locações reais, rompendo com o esquema clássico das telenovelas gravadas em estúdio. Segundo McLuhan (1971), os planos da televisão, até mesmo pela baixa definição da imagem eletrônica, devem ser mais aproximados, predominando os *close ups* em detrimento de planos gerais. Em *Pantanal*, dirigida por Jayme Monjardim, com direção de fotografia de Francisco Carvalho, predominam os planos abertos, como no cinema. O objetivo é retratar o cenário, o contexto, mais até do que os personagens, fazendo com que o telespectador percebesse, de imediato, a diferença visual da novela e seu tratamento plástico elaborado. O ritmo também é diferente, assumidamente mais lento, com planos contemplativos de longa duração, incomuns ao meio da televisão, cujos lucros são obtidos através da venda de espaço publicitário. Como cada segundo custa caro, impõe-se às produções televisivas um tempo concentrado, sincopado, através da rápida sucessão de imagens. Segundo Machado e Becker (2008), 80% dos planos das telenovelas brasileiras, à época, tinham a duração de 20 a 80 segundos, dos quais apenas um terço ultrapassava 60 segundos. *Pantanal* apresenta “Um tempo de suspensão, contemplação, espera, que se pode experimentar em filmes como os de Bresson, Antonioni, Bergman e Tarkovski” (Becker; Machado 2008, p. 40). O ritmo lento, suave e sem cortes sucessivos encantou o público. As tomadas da natureza, interrompendo a sequência narrativa, muitas vezes alheias à história, dilatam o tempo, inserindo na televisão uma linguagem mais cinematográfica.

Em matéria de 2016²⁵, Thell de Castro, jornalista do portal UOL, afirma que na época, Boni parabenizou a Manchete pela realização de *Pantanal*, que segundo ele,

²⁵ CASTRO, T. Em 1990, Globo se arrependeu de não ter produzido novela Pantanal. **UOL**, 2016. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-1990-globo-se-arrependeu-de-nao-ter-produzido-novela-pantanal-11525>. Acesso em: 30 set. 2025.

“trouxe uma paisagem nova e atraente para a televisão” e uma “maior ousadia no tratamento dado às cenas de sexo, sem ultrapassar o limite do bom gosto”, reconhecendo que a narrativa tinha apelo e que um de seus grandes acertos foi fugir dos padrões, apesar de considerá-la “lenta e arrastada”. Já Roberto Marinho, segundo a matéria, desdenha do sucesso de *Pantanal* que, por motivos estratégicos, acabava por não concorrer diretamente com a novela da Globo. Isto porque a Manchete esperava que *Rainha da Sucata* saísse do ar para começar a exibição, estendendo o seu telejornal por quanto tempo fosse necessário. A TV Globo, por sua vez, aumentou a duração da novela das 8 de 40 para 55 minutos, fazendo com que a rival entrasse no ar cada vez mais tarde, ficando assim fora do chamado horário nobre, mais caro para os anunciantes (Filho, 2001). Silvio de Abreu, autor de *Rainha da Sucata*, em entrevista concedida ao site UOL²⁶, acrescenta que os capítulos de uma novela das 20h, começavam às 20h30 e terminavam pontualmente às 21h30 (Cimino, 2013). Foi nesta época que a novela do horário das 8 passou para às 21h30, seu horário atual. Uma mudança importante na duração e no horário do produto para afetar a concorrência, e que permanece até hoje. *Pantanal* chegou a atingir 30 pontos de média, com o último capítulo chegando a mais de 40. Os programas que vinham logo depois da novela na Globo perdiam para a concorrente, fazendo com que programas como *TV Pirata*, por exemplo, acabassem por ser retirados da programação.

Pantanal foi o grande sucesso da emissora, que tentou repetir a fórmula com *A história de Ana Raio e Zé Trovão* (1990), entre outras. Antes de 1990, porém, outras novelas abriram caminho para *Pantanal*, contando com elenco de qualidade, além de autores e diretores que, mais tarde contratados pela TV Globo, seguiram fazendo muito sucesso, como Manoel Carlos, Gloria Perez e José Louzeiro. Machado e Becker (2008, p. 39) citam o próprio Jayme Monjardim, que observa que a Manchete precisou construir sua imagem, e que as telenovelas que antecederam *Pantanal* abriram esse espaço, deram confiabilidade e que “os atores começaram a ver que a emissora podia fazer uma boa novela”. *Dona Beija*, lançada em 1986, dirigida por Herval Rossano e

²⁶ CIMINO, J. Silvio de Abreu conta que Globo esticava "Rainha da Sucata" para "Pantanal" perder anunciantes. UOL, 2013. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2013/07/08/silvio-de-abreu-conta-que-globo-esticava-rainha-da-sucata-para-pantanal-perder-anunciantes.htm>. Acesso em: 30 set. 2025.

estrelada por Maitê Proença, foi a primeira novela do horário nobre na TV Manchete. Exibida pela primeira vez de 07 de abril a 11 de julho de 1986, no horário das 21h30, contendo 89 capítulos; e reprise duas vezes de maio a agosto de 1988, e de outubro de 1992 a março de 1993, foi o primeiro grande sucesso da Rede Manchete, vendendo, segundo o diretor Herval Rossano, quase tanto para o exterior como *A Escrava Isaura* (Accioly, 2007).

A Escrava Isaura, dirigida pelo próprio Herval Rossano em 1976, na TV Globo, inaugurou um gênero de novelas baseadas em romances históricos. O autor, Wilson Aguiar Filho, escrevera *A Marquesa de Santos*, minissérie da TV Manchete de 1984, também protagonizada por Maitê Proença. Levando em consideração as diferentes personalidades de suas personagens, *Dona Beija* segue uma linha de novelas marcadas por protagonistas femininas em tramas envolvendo conflitos amorosos, que fizeram história tanto no Brasil quanto nos países para os quais foram exportadas. Por causa do desafio de reproduzir de forma convincente a realidade do Brasil colônia em torno dos anos 1800, a novela é uma superprodução, com investimento de 20 milhões de cruzados, o equivalente a 28.475 salários-mínimos²⁷ da época. O que se percebe, porém, além da bem-sucedida ambientação e da competente adaptação da história melodramática que envolve a perda da inocência da personagem e a injustiça a que a protagonista é submetida ao ser julgada pela sociedade, um dos grandes trunfos para a grande audiência da novela é a forma como a nudez de Beija é explorada progressivamente, como veremos no capítulo 3 desta dissertação. São ao todo 15 cenas espalhadas pela trama, em que o diretor vai revelando de forma gradativa em que a protagonista vai sendo despida pela câmera (Accioly, 2007). O recurso de exploração da nudez feminina foi uma das razões para o grande sucesso da trama, explorado alguns anos depois pela emissora na novela *Pantanal*. *Dona Beija* é uma pioneira na televisão brasileira, não somente por seu erotismo, mas por apresentar uma mocinha romântica

²⁷ O salário-mínimo em 1986 era de 804 cruzados.

BRASIL. Decreto-lei nº 2.284, de 10 de março de 1986. Mantém a Nova Unidade do Sistema Monetário Brasileiro, o Seguro-Desemprego, Amplia e Consolida as Medidas de Combate à Inflação. Disponível em:
https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarIntegra?codteor=403176&filename=LegislacaoCitada%20PLV%202018/2006%20-%3E%20MPV%2020288/2006#:~:text=17.,o%20direito%20assegurado%20no%20art. Acesso em: 30 set. 2025.

com outras camadas de personalidade incomuns às mocinhas típicas do melodrama. Há, por exemplo, uma cena no primeiro capítulo da novela em que a personagem, ainda menina, sorri de prazer ao presenciar um escravo sendo açoitado por seu avô. Beija não é, portanto, uma personagem maniqueísta, nas palavras da própria atriz em entrevista ao *Jornal do Brasil*, em 2006: “amava, mas mandava matar quem amava, era libertina na sua vida pessoal mas moralista com as duas filhas, odiava a sociedade vigente e tinha uma escrava como confidente. Foi uma figura apaixonante” (Guanabara, 2006). Tais contradições não se justificam, exclusivamente, pelas injustiças sofridas pela personagem, já que, como vimos, seus desvios começam antes mesmo de que elas ocorram na trama. Por sua sensualidade e nuances de caráter, além da trama elaborada, *Dona Beija* se tornou um personagem inesquecível no imaginário popular. Em 2023, a Warner Bros. do Brasil, anunciou, em parceria com a Produtora Floresta, um *remake* da telenovela para o *streaming*. Falaremos mais detalhadamente sobre a nova versão em comparação com a versão original no capítulo 3 desta dissertação.

1.3. O final do século XX e a nova concorrência estrangeira

A expansão do número de aparelhos ocorrida na década de 1970 fez com que os críticos passassem a rebaixar o conteúdo televisivo como um todo, atribuindo a queda do nível das produções ao processo de popularização, estabelecendo-se entre as elites culturais e políticas de países ocidentais a concepção de que a televisão seria um produto inferior (Castellano; Meimardis, 2021). Na segunda metade da década de 1990, apesar do aumento do número de televisores através de um processo de inclusão de segmentos populares no universo do público reconhecido como consumidor, as classes A e B migraram para a TV a cabo. Em consequência, as emissoras abertas apelam para uma programação pautada pelos padrões considerados como típicos do gosto popular, resultando em uma TV aberta “de gosto duvidoso, contestada por Organizações Não-Governamentais (ONGs) formadas com o intuito de disputar a definição de critérios de qualidade que deveriam regular a programação” (Hamburger, 2005, p. 38).

Com a chegada da internet, o surgimento dos canais a cabo, e mais recentemente, das plataformas de *streaming*, os patamares da audiência da TV aberta brasileira vem caindo nos últimos anos. Se antes os canais da TV aberta brasileira concorriam entre si, agora outros produtos com enorme qualidade disputam atenção do telespectador. O aparelho celular se tornou um dispositivo capaz de exibir séries, filmes, músicas e tantos outros tipos de conteúdos. As pessoas interagem com mais de um aparelho ao mesmo tempo, acompanham as novidades nas redes sociais enquanto assistem uma série na TV e têm acesso a todo tipo de entretenimento na palma da mão, reunidos em um mesmo aparelho, seja para jogar, ouvir música, ver vídeos ou tirar fotos. Assim, o público passa a ter acesso a produtos audiovisuais do mundo inteiro. Apesar da queda de audiência, causada pela segmentação ocorrida nos anos 1990, a TV brasileira “continuou a captar e expressar noções contraditórias sobre as relações entre domínios como masculino e feminino, público e privado, política e intimidade, notícia e ficção” (Hamburger, 2005, p. 38). Segundo a autora, talvez esse repertório compartilhado, possível nos anos 1970 e 1980, esteja perdendo sua capacidade de aglutinar a nação brasileira.

Por outro lado, surgem novas possibilidades de consumo a serem disputadas, outras telas, outros formatos, novas formas de exibir conteúdo. Se a queda nas verbas de publicidade pode indicar um declínio no modelo de negócios da TV aberta, para o produto telenovela, por outro lado, abrem-se novas oportunidades. Segundo Maria Immacolata, o que torna e continuará tornando a telenovela “um enclave estratégico para a produção audiovisual brasileira, é o seu peso no mercado televisivo tanto quanto o papel que ela joga na produção e reprodução das imagens que os brasileiros fazem de si mesmos e através das quais, se reconhecem” (Lopes, 2003, p. 32). Deste modo, o caminho para a longevidade do formato pode ser continuar apostando no seu diferencial, que é o diálogo com o popular, com o público.

No capítulo a seguir, analisaremos a terceira etapa da história da televisão brasileira, conforme destacado por Esther Hamburger (2005), a etapa atual, de uma indústria diversificada e segmentada. Veremos as mudanças ocorridas na indústria, inclusive em relação à TV Globo, que perde a sua hegemonia, apesar de ainda possuir uma posição de destaque. No que se refere às telenovelas, a incorporação irreversível

da comunicação digital altera a maneira como é produzida e até como é percebida e distribuída. Esta nova ordem deve ser estudada e analisada em detalhe, com vistas à compreensão de seus múltiplos significados e aspectos. A transformação digital está em pleno vigor no Brasil. Percebemos mudanças em relação às séries de televisão e aos filmes; nas políticas de comunicação e regulação; no público; nas narrativas de ficção e nas mídias sociais, “numa efervescência em que, com ‘tudo junto e misturado’, busca-se organizar uma nova configuração de televisão – a TransTV - ainda pouco visível” (Lopes, 2024, p. 12).

CAPÍTULO 2 - A Era da TransTV - Produzir, distribuir e assistir TV no século XXI

Como vimos no capítulo anterior, o final do século XX e início dos anos 2000, foi marcado pelo surgimento de novas tecnologias, que alteraram o ecossistema midiático, mudando o jogo da concorrência pela atenção do público. Neste capítulo, seguindo o conceito das três etapas definido por Esther Hamburger (2005), nos dedicaremos ao terceiro período, mais precisamente à chegada da internet comercial e à fragmentação ainda maior da audiência. Mencionamos que esse processo se iniciou ainda nos anos 1980, com a chegada de novas mídias como o VHS e, posteriormente, DVDs e *Blu-ray*²⁸, permitindo ao espectador assistir programas e filmes comprados ou gravados, quando desejasse. As TVs por assinatura, com sua grande variedade de canais, permitem que o espectador assista, ainda que de forma linear, preso à grade de programação, a uma variedade enorme de programas, diversificando o conteúdo e aumentando, portanto, a fragmentação. Com a chegada das plataformas de *streaming*, já no século XXI, entendemos que a experiência de assistir conteúdo torna-se ainda mais individualizada. Segundo Amanda Lotz (2017), a TV aberta e a TV por assinatura são lineares, enquanto as plataformas de *streaming* são não lineares. A TV linear é centrada em uma grade de programação. A não linear se desprendeu do fluxo televisivo centrando-se na lógica do catálogo. Deste modo, elimina a necessidade de assistir em horário específico, uma vez que “a distribuição pela internet permite lógicas diferentes, que a libertam de muitas das convenções estabelecidas pelas indústrias de televisão, baseadas na distribuição linear²⁹” (Lotz, 2017, p. 15).

A chegada dessas novas tecnologias, satisfazendo as demandas por escolha, livres de controle quando comparadas à experiência anterior da televisão linear, tem uma recepção especialmente calorosa por parte dos usuários em todo o mundo, levando ao que Jinna Tay e Graeme Turner (2010) citam como um excesso de pessimismo em

²⁸ Nos anos 1980, os aparelhos de VHS permitiram a gravação de conteúdo por parte do usuário, que passou a ter algum controle sobre a sua própria grade de programação, à medida que, pela primeira vez, determinados programas podiam ser gravados, armazenados e assistidos independentemente do horário de exibição.

²⁹ Tradução nossa.

relação às TVs lineares. Milly Buonanno (2015, p. 67) afirma que essa perda de centralidade da televisão aberta, ao dividir o espaço com novas formas de distribuição de conteúdo, é ponto importante nos estudos contemporâneos de mídia, tornando, deste modo, “o fim da televisão um tópico familiar nos discursos acadêmicos e abrindo caminho para uma redefinição do atual momento em termos de uma era pós-broadcast”. A autora, porém, reconhece que ainda existem diversos lugares do mundo em que a era do *broadcast* continua viva. Como vimos no capítulo anterior desta dissertação, em 2023, 79% do tempo de consumo residencial de conteúdo no Brasil ainda ocorria através da TV aberta.

Com a chegada da internet comercial e das plataformas, surgiram muitas novas expressões, como “TV de plataforma, SVoD³⁰ (Serviço de Vídeo sob Demanda), *binge-viewing*³¹, TV transnacional, *branding TV*, TV pós-*networking*, distribuída por internet, e outras” (Lopes, 2024, p. 4), apontando para o surgimento de uma nova forma de televisão, adaptada aos novos conceitos da comunicação via rede de dados. Quando se menciona o fim da televisão, portanto, segundo Arlindo Machado (2011, p. 87), não se trata da sua morte absoluta, “mas de uma profunda transformação dos conceitos de televisão, dos seus modos de distribuição, dos modos de relacionamento do receptor com esses meios, etc.”. Diante dessas mudanças, a professora Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2024, p. 2) propõe “renovar o olhar tanto sobre a prática da televisão e da pesquisa de televisão em geral, bem como sobre a televisão em geral e a teleficcão em particular”, denominando esse novo cenário como TransTV.

A televisão brasileira está em diálogo constante com as tendências mundiais, buscando se manter relevante diante das novas tecnologias e da grande variedade de novos produtos trazidos por elas. Neste cenário, a telenovela, que atingiu seu auge no final dos anos 1980 e início dos anos 1990, também vem se adaptando para continuar dialogando com o seu público. Neste capítulo, abordaremos estratégias utilizadas pelas emissoras para tentar se manter relevantes para o público diante das novas

³⁰ Definido pelo Conselho Superior de Cinema da Ancine como “serviço que potencializa a circulação dos conteúdos e o consumo audiovisual dos usuários de tecnologias móveis, TVs e computadores pessoais” (Lopes, 2024, p.13)

³¹ *Binge viewing* ou *binge-watching* é um hábito, facilitado pelas plataformas de *streaming*, de assistir a múltiplos episódios de uma produção de televisão ou outro conteúdo de vídeo numa só vez, por um período prolongado de tempo.

possibilidades, como no caso da Globo, que apesar de manter sua importância como canal de distribuição de conteúdo, passa a utilizar a internet para promover conteúdo e gerar engajamento do público, criando perfis nas redes sociais para divulgação e interação. Esse movimento leva a empresa a criar, em 2015, a sua própria plataforma de exibição por *streaming*, o Globoplay, que se torna um novo espaço para a exibição do conteúdo do canal, transmitindo o seu conteúdo ao vivo via rede e disponibilizando para os assinantes seu enorme acervo de telenovelas, além de títulos exclusivos, lançados exclusivamente na plataforma.

Com a chegada das redes sociais, o público passa a interagir com seus pares, através de texto, fotografias e vídeos publicados, ou seja, cada usuário passa a consumir conteúdo gerado por outros usuários, tornando-se, por sua vez, um potencial criador de conteúdo. Essa nova forma de interação acaba disputando o tempo que antes era dedicado exclusivamente à TV aberta, criando no público o hábito de acessar a rede para acompanhar o que os outros usuários estão publicando. Por outro lado, cada aparelho de telefonia móvel se torna um suporte para exibição de filmes e programas. O público tem acesso a todo tipo de entretenimento na palma da mão, reunidos em um mesmo aparelho, seja para jogar, ouvir música, ver vídeos ou tirar fotos. A portabilidade permite que conteúdos sejam consumidos em qualquer ambiente, no transporte, nos intervalos do trabalho, nas salas de espera dos consultórios. Cada intervalo de tempo livre torna-se uma possibilidade de consumo de conteúdo.

Assim, apesar da ameaça de obsolescência da televisão, que segundo Buonanno (2016) tem sido uma questão-chave na academia desde o início dos anos 2000, uma vez que todas as mudanças tecnológicas ocorridas em função da chegada de novas formas de produção e distribuição são encaradas como um prenúncio do fim, “uma quantidade cada vez maior (de pessoas) passa boa parte do tempo livre ligada nos conteúdos televisivos em celulares, *tablets*, *laptops* etc.” (Castellano; Meimaridis, 2021; p. 199-200), inaugurando novas oportunidades e novas telas para a exibição de conteúdo televisivo.

Com o crescimento das plataformas de *streaming*, portanto, ocorreu o investimento em uma grande variedade de títulos, voltados para todos os gostos, incluindo produções originais locais, em uma tentativa de se aproximar do público de

diferentes países em que elas distribuem seu conteúdo. Mas, conforme detalharemos a seguir neste capítulo, no final do período de isolamento social decorrente da epidemia de covid-19, ocorreu uma retração no número de assinaturas, levando as plataformas a mudarem de estratégia, passando a buscar produtos não mais voltados para nichos e gostos variados, mas aqueles que, como acontece no caso da TV aberta, buscam agradar o maior número possível de espectadores. Assim, entendemos que nada mais natural que a Netflix e a Warner Bros. Brasil tenham decidido produzir telenovelas brasileiras: *Pedaço de Mim*, lançada em julho de 2024 pela Netflix, e *Beleza Fatal*, lançada em janeiro de 2025 pela Warner, assim como *remake* de *Dona Beja*, tema de nossa dissertação, sobre o qual falaremos mais no capítulo 3. O lançamento deste conteúdo nas plataformas, porém, precisa de algumas adaptações em termos de estilo, duração da narrativa e na própria trama, sempre em diálogo com o público, levando em conta suas expectativas e os valores do mundo contemporâneo, principalmente no caso dos *remakes*, além disso é necessário um maior dinamismo na narrativa, como veremos nos subcapítulos a seguir.

2.1. A concorrência estrangeira e o fim da televisão como conhecemos

Fundada em 1997, a Netflix surgiu como uma página da internet para aluguel e venda de DVDs, enviados pelo correio, tornando-se plataforma de *streaming* somente em 2007 e chegando ao Brasil em 2011. Trata-se de um serviço SVoD, que tem modelo econômico similar ao das TVs lineares fechadas, ou seja, é baseado em assinaturas, mas sua principal distinção é a liberdade do fluxo e a independência da grade de programação (Castellano; Meimardis, 2017). As plataformas de *streaming* se utilizam da interatividade da internet para disponibilizar todo o seu conteúdo ao mesmo tempo, permitindo que o assinante assista na hora que quiser, da forma que quiser. Vários autores vêm observando este movimento de migração da audiência do modelo do fluxo que caracterizou por décadas a televisão para o modelo do arquivo (Mittell, 2011). Raymond Williams (2004, p. 86) sustenta que nos sistemas de TV Aberta “sua experiência característica é de sequência ou de fluxo. Talvez esse fenômeno de fluxo

planejado seja a característica definidora do broadcasting³²". Para ele, a televisão não é apenas a disposição de unidades audiovisuais individuais que se sucedem, mas um fluxo constante e planejado, de maneira que o conjunto de programas que se sucedem, e até os intervalos comerciais que os intercalam, sejam pensados com o objetivo de manter o espectador ligado no canal. Tal modelo, porém, não permite que o espectador assista à programação da forma que quiser, sistema denominado por Henry Jenkins (2009, p. 167) como “modelo baseado em hora marcada”, no qual os telespectadores organizavam a vida de modo a estar em casa no horário dos seus programas favoritos. Além disso, no modelo da Netflix, diferentemente das TVs lineares, também não existem intervalos comerciais³³, uma vez que o financiamento dos canais se baseia nas assinaturas e não na publicidade.

Ao se inscrever no serviço o usuário seleciona gêneros narrativos de sua preferência. Essa primeira escolha vai alimentar o cardápio de produtos que será apresentado toda vez que esse usuário entrar na plataforma, sendo aperfeiçoado à medida que mais produtos vão sendo assistidos, de acordo com o tipo de conteúdo assistido. Através de algoritmos sofisticados, a plataforma armazena e analisa os dados de consumo do usuário, fazendo uma curadoria dos produtos que têm mais chance de agradar, gerando, assim, em seus assinantes, “a ilusão de uma possibilidade infinita de escolhas, escondendo o fato de que o conteúdo da plataforma muda constantemente, devido ao encerramento de acordos de licenciamento³⁴” (Alexander, 2016, p. 86). Como veremos a seguir, o modelo de distribuição dos serviços sob demanda, portanto, apesar de dar ao usuário uma sensação de liberdade de escolha, dá-se através da gestão de um grande volume de dados, que permitem a individualização da audiência com o objetivo de identificar gostos, prever os conteúdos mais adequados e recomendar títulos. Alexander (2016, p. 82) questiona a possibilidade de “uma categoria tão abstrata como o gosto ser traduzida por uma fórmula empírica baseada na matemática”, para perguntar em seguida: “De que forma um sistema baseado nos algoritmos pode

³² Tradução nossa.

³³ Atualmente, alguns serviços de SVoD já disponibilizam um tipo de assinatura mais barato que inclui intervalos comerciais, mantendo também o modelo de assinatura inicial sem publicidade. O plano de assinatura mais barato da Netflix chama-se “padrão com anúncios” –

<https://help.netflix.com/pt/node/24926>

³⁴ Tradução nossa.

substituir um especialista em cultura ou um mediador?³⁵”. Uma vez que o algoritmo é o mecanismo através do qual “todas as plataformas de mídias sociais utilizam para fazer emergir conteúdo” (Gillespie, 2016, p. 2), cabendo a ele, a definição do que é ou não relevante para cada usuário, ele influencia, diretamente, o consumo e a produção de cultura.

Este processo, iniciado de forma rudimentar quando a empresa ainda era uma locadora de vídeos, através de um mecanismo de classificação por parte dos usuários, que atribuíam de uma a cinco estrelas para um DVD alugado, torna-se fundamental para o novo negócio. Apesar da plataforma não dar total transparência sobre o funcionamento do processo, podemos dizer que, com algumas ressalvas, a biblioteca oferecida é alimentada pela escolha e aprovação da própria base dos assinantes, mas, por outro lado, podemos conjecturar em que medida as recomendações oferecidas para a audiência se limitam aos seus gostos anteriores, impossibilitando, por exemplo, o consumo de novos conteúdos, criando “bolhas de filtragem que nos alimentam com as mesmas fórmulas de produtos, deste modo, ameaçando tanto a cultura de cinefilia, quanto a liberdade criativa dos realizadores³⁶” (Alexander, 2016, p. 82).

Se o telespectador das TVs convencionais, portanto, tem uma atitude mais passiva, simplesmente se sentando na frente do aparelho e se deixando ficar, muitas vezes sem precisar pensar no que quer assistir, “motivado não por um conteúdo em particular, mas pelo desejo de companhia, distração ou entretenimento³⁷” (Lotz, 2014, p. 14), no caso das plataformas, diante do cardápio apresentado, ele precisa,ativamente, escolher o que vai assistir. Essa escolha, porém, ocorre não dentro de uma gama ilimitada de opções, mas é direcionado pelo quê o sistema de recomendações do algoritmo considerou relevante. Por outro lado, Lotz (2007, p. 245) define que a forma de interação da TV não linear se baseia em “Cinco Cs: escolha (choice), controle, conveniência, personalização (customization) e comunidade”, que combinados permitem que cada espectador tenha a sua própria experiência de televisão. Desta

³⁵ Tradução nossa.

³⁶ Tradução nossa.

³⁷ Tradução nossa.

forma, mesmo com um modelo de recomendações efetivo, é necessário que as plataformas possuam um grande acervo, com um conteúdo bastante variado.

Pelo fato da Netflix ser a primeira plataforma de *streaming* o canal conseguiu, por muito tempo, licenciar programas e séries das grandes produtoras, muitos dos quais desenvolvidos originariamente para a televisão aberta estadunidense. Alguns acordos previam que determinados produtos, lançados exclusivamente para a TV aberta nos seus países de origem, fossem licenciados para o resto do mundo apenas através da plataforma.

Conforme a empresa foi ganhando fôlego no mercado e crescendo em número de assinantes, os conglomerados começaram a endurecer as negociações e impor valores e condições que dificultaram a renovação desses contratos, enquanto, paralelamente, criavam seus próprios serviços de *streaming* (Castellano; Meimardis, 2021, p. 201).

As grandes empresas produtoras, como Warner Bros., Paramount e Disney, criaram suas próprias plataformas, tornando-se concorrentes da Netflix. Assim, os programas produzidos por essas empresas, antes licenciados para a Netflix, passaram a ter grande importância para a formação dos seus próprios catálogos (Castellano; Meimardis, 2021). Este período no qual se acentua a concorrência entre as plataformas por assinantes ficou conhecido como *streaming wars*³⁸, disputa que levou os participantes do mercado a investirem fortemente na produção de conteúdo original, principalmente a Netflix que, diferentemente dos seus concorrentes, como a Apple TV e a Amazon Prime Video, que fazem parte de outros grandes negócios, depende exclusivamente de sua base de assinantes, necessitando, assim, de garantir a variedade do seu catálogo. Assim, a empresa criou o selo Original Netflix, utilizado para denominar tanto os produtos financiados pela empresa, quanto os produtos licenciados com exclusividade de exibição.

³⁸ A expressão começou a ser utilizada por críticos de televisão e analistas de mídia estadunidenses para se referir ao momento de proliferação de plataformas de SVoD e da intensa competição dessas empresas por mercados locais, regionais e globais. Além de competirem por assinantes, essas empresas também têm duelado pelos direitos de licenciamento de produções televisivas de sucesso (Castellano; Meimardis, 2017).

Sua primeira série original, foi *House of Cards* de 2013, protagonizada por Kevin Spacey e dirigida por David Fincher, que trouxeram o seu prestígio para o canal. A estratégia de produção de conteúdo levou a plataforma a expandir o seu alcance pelo mundo, chegando a 260 milhões de assinantes em mais de 190 países, segundo levantamento do próprio canal, no final de 2023³⁹. Esses números expressivos foram atingidos, ao longo dos anos, através da produção de conteúdos com forte apelo ao afeto, à proximidade e à familiaridade para a realização de coproduções locais (Lopes, 2024). Para tanto, utiliza-se da estratégia de localização, conceito desenvolvido no âmbito dos estudos sobre a globalização, indústria audiovisual e plataformas digitais, através da qual os *streamings* fazem uso dos elementos culturais locais para contribuir com a sua expansão nos mercados globais, buscando, deste modo, alcançar as diversas audiências do mundo através de um vasto catálogo com produtos das diferentes regiões que a empresa atende (Lobato, 2019) (Straubhaar *et al.*, 2021). Na composição do seu catálogo, predominam os conteúdos produzidos nos Estados Unidos, “tipicamente em torno de 40% dos títulos”. Os outros 60% “provêm de 80 diferentes países” (Lotz; Eklund; Soroka, 2022, p. 515); o que é muito diferente dos catálogos dos outros serviços como Disney+ e Apple TV+.

Dentro deste mercado globalizado, o Brasil que terminou o ano de 2024 com mais de 25 milhões de assinantes da Netflix, tornou-se o terceiro maior mercado da plataforma no mundo e o segundo em número de assinantes, atrás apenas dos Estados Unidos, que possui em torno de 60 milhões (Vaquer, 2025). Por este motivo, a plataforma investiu significativamente na produção de conteúdos audiovisuais nacionais, inicialmente nos “gêneros narrativos que ocupam um espaço comparativamente limitado no domínio da TV brasileira, como a ficção científica e a fantasia, que não são especialidades das telenovelas da Globo” (Rios; Meimardis; Mazur, 2024, p. 12). Assim, o primeiro Original produzido no Brasil é a série futurista 3% (2016), em parceria com a Boutique Filmes, que apesar de produzida no Brasil, possui estrutura narrativa “concebida para ser universalmente acessível, aderindo aos

³⁹ Dados divulgados pela empresa em junho de 2024. Disponível em:
<https://ir.netflix.net/financials/annual-reports-and-proxies/default.aspx>

modelos de reconhecimento ocidentais (em particular, estadunidenses)” (Rios; Meimardis; Mazur, 2024, p. 12).

Com a chegada de outros concorrentes, como Disney+ e Amazon Prime Video, também investindo em produções nacionais, a estratégia passa a ser retratar universos essencialmente nacionais, porém pouco explorados pela TV aberta. Em uma crítica à falta de representatividade nas novelas da TV Globo, Esther Hamburger (2005, p. 118) comenta que “a diversidade étnica e racial brasileira, a pobreza, a miséria e a violência estiveram praticamente ausentes desse universo.” Para a autora, o universo considerado realista das novelas é “uma ampliação do universo da classe média alta carioca que as fazia à sua imagem e semelhança”. Buscando descentralizar as tramas dos grandes centros, os *streamings* colocam as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste no mapa de suas produções, apresentando, inclusive, novas representações da família brasileira, retratada pela TV aberta como heteronormativa e branca. As plataformas, portanto, abordam as demandas do público brasileiro em relação à falta de representação em áreas como raça, gênero e orientação sexual, reforçando as estratégias de localização com o investimento na diversidade do Brasil, “refletindo a identidade cultural única do país, em vez de usá-la apenas como pano de fundo” (Meimardis, 2023, p. 22). Uma preocupação, porém, é que com a perda da hegemonia da TV Globo, quem define o que é a imagem do país veiculada em produtos que serão distribuídos para todo o mundo passam a ser os agentes estrangeiros (Rios; Meimardis; Mazur, 2024).

As estratégias de localização, portanto, relativizam a premissa da dominação cultural, produzindo conteúdo de forma local, mas sob a tutela e interesses do capital estrangeiro.

A Netflix cria novos fluxos de poder na esfera financeira, da gestão de dados, das decisões de produção e distribuição, o que pode ser visto como imperialismo de plataforma e colonialismo de dados. No entanto, também financia produções locais em todo o mundo, expandindo as dimensões globais e locais da interdependência assimétrica (Straubhaar *et al.*, 2024).

Ao mesmo tempo em que contribuem para o desenvolvimento de indústrias locais a partir da contratação de profissionais e na produção de obras, algumas mais,

outras menos localizadas, moldam sua grade para se tornarem mais palatáveis e, deste modo, atrair espectadores culturalmente diversos e expandir seus mercados. Na maior parte de sua história, o conteúdo da televisão esteve ligado ao território nacional. Em diversos países, o desenvolvimento de tecnologias de distribuição do sinal televisivo e as estratégias de construção de grades de programação auxiliaram, como vimos no capítulo 1 deste trabalho, na construção e manutenção de uma identidade nacional (Chalaby, 2005). No caso do Brasil, apoiada legalmente pelo Estado, principalmente na época da ditadura militar, como projeto de nação.

Nos anos 1970 e 1980, além de se tornar um fenômeno de audiência local, a telenovela brasileira inverteu a direção usual dos fluxos transnacionais da mídia, de maneira geral, voltados das metrópoles coloniais para as ex-colônias, tornando-se um produto de exportação vendido para países nos cinco continentes (Hamburger, 2005). Além de suas narrativas, levam para o mundo os nossos costumes, através do modo de falar e se comportar dos personagens, influenciando diretamente o modo de pensar e agir de um determinado povo e cultura e o seu imaginário sobre o país onde essas telenovelas são produzidas. Deste modo, a novela representa uma forma de Poder Suave (*Soft Power*), termo cunhado pelo cientista político estadunidense Joseph Nye (2005, p. 24) que, segundo ele, é “a habilidade de conseguir o que se quer por meio da atração, em vez de coerção ou de pagamentos”. Ou seja, é a atratividade de um país por meio de sua cultura, ideais políticos e políticas. Foi desta forma que os Estados Unidos, durante a Guerra Fria⁴⁰ e em outros períodos críticos da sua história, despertou a simpatia da opinião pública mundial através das suas obras da indústria cultural.

Nos últimos anos, porém, como consequência das crises nos campos da economia e da política, ocorridas após o golpe de 2016, ocorreu uma drástica diminuição nos investimentos no campo da cultura, iniciada no governo de Michel Temer (2016-2018) e ampliada durante o governo de Jair Bolsonaro (2019-2022), com o enfraquecimento institucional da Ancine⁴¹ e, como consequência, a estagnação de

⁴⁰ Período em que Estados Unidos e União Soviética, as duas maiores superpotências nucleares da época, viviam uma delicada relação de oposição velada.

⁴¹ Agência Nacional do Cinema, autarquia federal brasileira criada em 2001, para fomentar, fiscalizar e regulamentar a produção cinematográfica e audiovisual nacional, exercendo um papel importante para o incentivo, a valorização e o desenvolvimento do cinema brasileiro.

propostas de regulamentação do setor. A dialética entre o local, nacional, transnacional e a descentralização da produção televisiva provocada pela chegada das plataformas leva a uma ascensão inédita das produtoras independentes no país (Lopes, 2024), mas, por outro lado, intensifica o fenômeno da “interdependência assimétrica”, citado no trabalho de Straubhaar *et al.* (2024).

As plataformas, ao investirem em conteúdo nacional, tornam-se proprietárias deste conteúdo e únicas responsáveis por todas as decisões durante o processo. Em decorrência disso, os profissionais possuem baixo grau de autonomia sobre o processo de criação e, portanto, pouco poder de barganha nas negociações, considerando que os serviços de SVoD acabaram se tornando uma das poucas opções para quem trabalha no campo de produção de séries brasileiras. Essa posição os deixa em desvantagem, por exemplo, em etapas como a venda de projetos e em cláusulas sobre compensação por seu trabalho e nas negociações sobre direitos à participação nos lucros da empresa sobre a obra. Somado a isso, a escala e o alcance angariados pela Netflix retomam discussões sobre a internacionalização da televisão e dos fluxos midiáticos, reacendendo debates sobre imperialismo cultural, termo criado nos anos 1970, que se refere à “exportação de mídia, informação e cultura do Oeste para o resto, e a relação de dependência econômica e cultural assim criada⁴²” (Lobato, 2019, p. 138).

No contexto apresentado, a interdependência assimétrica no audiovisual brasileiro cria um fluxo cultural de mão única, fazendo com que, desta forma, a televisão passe a representar “um microcosmo de uma verdade maior: a dominação continuada do mundo em desenvolvimento por meio da economia, política e cultura” (Lobato, 2019, p. 141). Não podemos atribuir, porém, a responsabilidade por esse processo unicamente às plataformas, especialmente à Netflix, uma vez que outros agentes compõem essa rede que forma a indústria cultural nacional, com interesses políticos, sociais e econômicos próprios. Se a empresa estadunidense tem, sem sombra de dúvidas, um peso considerável, mobilizando esforços em prol de seus objetivos, por outro lado se beneficia de mercados desregulamentados e de campos culturais economicamente carentes.

⁴² Tradução nossa.

Apesar do forte investimento estrangeiro, frente à precariedade do mercado audiovisual nacional, as TVs abertas ainda são capazes de gerar conteúdo, sem o financiamento estatal ou internacional. Produtoras com capacidade industrial e anos de desenvolvimento e aprendizado adaptam-se às dificuldades em diversos momentos econômicos, como a chegada das TVs por assinatura e da internet. As emissoras se reinventam, mantendo-se relevantes, modificando os seus principais produtos, como vimos anteriormente, em constante diálogo com o público, para, desta forma, acompanhar suas preferências.

2.2. A TV aberta reage aos *streamings* e a telenovela se adapta

Meio de comunicação de massa, produto da indústria cultural, a TV aberta é objeto do que Mayka Castellano e Melina Meimardis (2021) denominam o “eterno debate sobre qualidade televisiva”, trazendo sempre a esperança de que o meio poderia ser redimido a partir da introdução de cada inovação, anteriormente representada pelo videotape, pela TV em cores, pelo controle remoto, pela TV paga e atualmente se manifestando, sobretudo, em empresas como a Netflix (2021). Desde a chegada da plataforma, ela se posiciona como “não televisão”, uma estratégia bastante parecida com aquela utilizada pela HBO, canal por assinatura estadunidense que, no final dos anos 1990, utilizava o lema “It’s not TV, it’s HBO”, para se distinguir dos canais de TV aberta. O canal desenvolveu alguns programas aclamados pela crítica e vencedores de uma grande quantidade de prêmios, comparados com o cinema e considerados TV de qualidade. Arlindo Machado (2000) considera que o simples fato de se utilizar o termo TV de qualidade implica em uma lógica de que a TV normalmente não tem qualidade, sendo, desta forma, necessário fazer a distinção de que esse ou aquele produto de TV especificamente tem qualidade, o que não acontece, segundo o autor, com o cinema, com a literatura ou com o teatro. Como vimos no capítulo anterior, apesar de, no seu início, ser acessível apenas para a elite capaz de pagar o alto custo dos aparelhos, à medida que o meio foi se popularizando, também foi mudando o tipo de conteúdo. A TV aberta funciona com o conceito denominado *catch-all*, ou seja, tem o objetivo de atrair todas as faixas de público, alcançando a maior audiência possível.

O aumento do número de canais resultante da chegada da TV por assinatura, e a consequente fragmentação da audiência, trouxe a percepção de que “para um programa ser economicamente viável pode ser suficiente um público seguidor pequeno, porém dedicado” (Mittell, 2012, p. 34). Buscando legitimidade, os novos canais se esforçam para atrair realizadores, originalmente de cinema, desenvolvendo os primeiros produtos com um modelo de narrativa complexa, que se baseiam, conforme define Jason Mittell (2012, p. 30), “em aspectos específicos do storytelling que aparentemente são inadequados à estrutura seriada que diferencia a televisão do cinema e também dos modelos convencionais de formatos seriados e episódicos”. Kristin Thompson (2003) define esse novo tipo de conteúdo como “televisão de arte”, já que importam regras do cinema de arte para a tela pequena, revolucionando a forma de se fazer TV. Os canais por assinatura trouxeram mais variedade de produtos de todos os estilos e gêneros para aqueles que podiam pagar o alto valor das assinaturas. Diferentemente da TV aberta, a lógica é desenvolver programas direcionados a faixas de público mais atraentes, separando ainda mais o público de classes A e B e levando a uma maior popularização do conteúdo dos canais abertos, agora voltados para um público com um gosto mais popular. “O resultado é uma TV aberta de gosto duvidoso, contestada por Organizações Não Governamentais (ONGs) formadas com o intuito de disputar a definição de critérios de qualidade que deveriam regular a programação” (Hamburger, 2005).

Apesar de os canais por assinatura mexerem no panorama da audiência da TV aberta, o Grupo Globo, por exemplo, soube se integrar ao novo meio, criando os seus próprios canais de conteúdo mais especializado, também desenvolvendo produtos para diferentes nichos de audiência. Canais como Sportv, Globo News, GNT, Multishow e Viva, participaram e se aproveitaram da fragmentação, trazendo conteúdo diferenciado para o público dos canais de TV paga. A chegada das redes sociais e dos VoDs, com valores de assinatura mais acessíveis, tornou possível o acesso das camadas mais populares a este grande fluxo de conteúdos que perpassa as diversas mídias, causando uma nova e mais acentuada retração na audiência das TVs abertas, que precisaram alterar a sua programação com o objetivo de fazer frente a esses novos concorrentes, ainda assim, com o cuidado para não perder o seu público original. Desta forma,

precisam se adaptar a essa reconfiguração das relações de consumo entre as instâncias televisivas e seus telespectadores (Jenkins, 2009). Nesse “contexto marcado pela migração dos meios tradicionais para os novos suportes enquanto forma de garantir a existência da televisão” (Neto; Lessa; Bressan Junior, 2023, p. 189) promovido pelo fortalecimento dos serviços no país, desde o início da década de 2010, a Globo busca formas de se adequar aos novos suportes dando mais visibilidade aos seus conteúdos, ao mesmo tempo, criando novas experiências de consumo audiovisual aos seus usuários, que passam a interagir com a empresa nas redes sociais.

Em novembro de 2015, estreou o Globoplay, plataforma de conteúdo online da TV Globo, disponibilizando gratuitamente a programação ao vivo da TV via internet. Os assinantes também podem assistir aos programas fora do horário da grade, podendo acessar o conteúdo da TV linear da forma que desejarem. Além disso, disponibilizou para o assinante o seu arquivo de produtos antigos da emissora, como novelas e séries antigas. Segundo Carlos Henrique Schroder, na época diretor-geral da empresa, o objetivo foi ampliar o alcance de sua grade linear para novos *devices*, enriquecendo a experiência do público. “Com as mudanças na rotina e novos hábitos de consumo, é natural o fortalecimento de nossa presença em todas as plataformas” (Globo, 2015)⁴³.

Segundo Michael Wolff (2015, p. 109), jornalista estadunidense e estudioso das inovações digitais na comunicação desde o final do século passado, “o negócio da televisão teve de passar por um caminho curiosamente tortuoso para realmente compreender que estava no negócio da televisão”. Deste modo, apesar da chegada das plataformas, num primeiro momento, gerar uma preocupação com o fim da televisão, elas também promovem a ampliação das possibilidades de distribuição do conteúdo de televisão. Buscando atrair mais assinantes para o Globoplay, o Grupo Globo cria estratégias de antecipar alguns lançamentos na plataforma e só posteriormente na TV aberta, como é o caso da série *Justiça*, de Manuela Dias, cujos primeiros capítulos foram disponibilizados online para os assinantes antes da sua estreia, em agosto de 2016, ou da série *Supermax*, que teve todos os capítulos, exceto o último, disponíveis

⁴³GLOBO.COM. **Globoplay:** a programação da Globo ao vivo ao alcance de um “play”; saiba. 26 out. 2025. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2015/10/globo-play-programacao-da-globo-ao-vivo-ao-alcance-de-um-play-saiba.html>. Acesso em: 12 Fev. 2025.

online para assinantes antes de ser exibida na TV Globo, dando prioridade ao assinante, mas ao mesmo tempo, o obrigando a recorrer ao canal aberto para assistir à conclusão da trama.

No caso da telenovela, principal produto da TV aberta brasileira, essa estratégia de lançamento na plataforma pode ser complicada. Como vimos anteriormente, uma de suas principais características é o fato de ser uma obra aberta, escrita e produzida enquanto está sendo exibida. Essa forma de produção permite um constante diálogo com o público, para que ajustes sejam feitos na narrativa, e esse diálogo pode ficar prejudicado com a mudança no formato diário de exibição. Para Rosane Svartman (2023), se todos os capítulos forem disponibilizados com antecedência, como é o caso das séries, uma das características que torna a telenovela um produto tão popular pode ser perdida. Além disso, como explicado no capítulo anterior, o que traz viabilidade econômica para a telenovela é a sua longa duração do produto, uma vez que grande parte dos recursos é utilizada na sua implementação, com o investimento na construção de cenários, confecção de figurinos, entre outros.

Outra característica que deve ser levada em consideração em relação à performance das telenovelas nas plataformas é o fato do público estar cada vez mais acostumado com o formato das séries, mais curtas, diversificadas e voltadas para públicos e gostos específicos, enquanto as telenovelas buscam sempre a maior audiência possível. Svartman (2023, p. 217-218) comenta, porém, que “a telenovela, assim como seus pilares, o melodrama e o folhetim, nunca foi estática e sempre se adaptou ao tempo dela e também aos objetivos comerciais”. Este é um processo que está em desenvolvimento enquanto escrevemos esta dissertação. Algumas mudanças já ocorreram e outras estão ocorrendo, alterando o conteúdo, a estética, a duração e até mesmo a forma de se produzir e exibir telenovelas. Um fator de grande importância para a evolução do formato é o desenvolvimento de novas tecnologias, que tornam o produto mais competitivo. Como vimos no capítulo 1, a chegada do videotape, a melhora da qualidade das imagens, a chegada da exibição em cores e a transmissão em rede mudaram o panorama da TV aberta no século XX. Para se aproximar da qualidade dos títulos produzidos pelas plataformas e até do cinema, nada mais efetivo do que se utilizar dos mesmos equipamentos sofisticados utilizados por elas.

2.2.1. As novas tecnologias e a busca pela estética internacionalizada

O modo de produção em ritmo industrial das telenovelas tem impacto direto nas possibilidades artísticas do produto, já que a maioria das decisões são feitas privilegiando a urgência e a produtividade. O fato de ser uma obra aberta exige que, a cada capítulo exibido, um novo capítulo seja produzido, mantendo assim uma margem confortável de capítulos prontos para ir ao ar. Deste modo, o principal compromisso é com o tempo utilizado na criação de cada cena, tanto por parte do autor, quanto da equipe que vai produzi-la.

Além disso, segundo Jeremy Butler (2009), os vínculos culturais e tecnológicos da televisão com o rádio caracterizam uma experiência televisiva muito mais dependente do som do que da imagem, uma vez que, por fazer parte do ambiente doméstico, o meio exige um baixo grau de concentração do telespectador. Arlindo Machado (2000) explica como a forma com que o espectador se relaciona com o conteúdo precisa ser levada em consideração no momento do seu desenvolvimento.

A recepção da televisão em geral se dá em espaços domésticos iluminados, em que o ambiente circundante concorre diretamente com o lugar simbólico da tela pequena, desviando a atenção do espectador e solicitando-o com frequência. Isso quer dizer que a atitude do espectador em relação ao enunciado televisual costuma ser dispersiva e distraída em grande parte das vezes. Diante dessas contingências, a produção televisual se vê permanentemente constrangida a levar em consideração as condições de recepção e essa pressão acaba finalmente por ser cristalizar em forma expressiva (Machado, 2000, p. 87).

A qualidade da imagem dos primeiros aparelhos, o tamanho reduzido das telas, a falta de contraste e variação de cores, tornava desnecessária a exploração de planos mais abertos e profundidade de campo. O estilo da dramaturgia televisual, portanto, era composto por quadros mais fechados (planos médios e *close ups*) compensando a simplicidade de suas imagens com técnicas de corte rápido. Os primeiros teóricos rejeitam qualquer assimilação da linguagem cinematográfica pela linguagem verbal,

justamente por isso, sua característica principal é a sua “universalidade”, que a permite “contornar o obstáculo da diversidade das línguas nacionais” (Aumont, 2012, p. 159); não necessitando, portanto, de tradução. As imagens justapostas, em sequência, bastam para criar significado. No caso da linguagem da teledramaturgia, sempre ocorreu o oposto, o texto falado era mais importante do que a imagem, a música e os efeitos sonoros contribuindo para manter a atenção do espectador.

Além disso, para Aumont (2012, p. 164), todos os elementos presentes em uma imagem de cinema são importantes para a definição da linguagem, como a relação que se estabelece entre os personagens e as coisas, entre os próprios personagens, a composição da imagem através do “ângulo da tomada e a perspectiva em que são registrados e, finalmente, a iluminação têm uma importância colossal”, criando assim um estilo. David Bordwell (1997) define que estilo é o uso sistemático e significativo de elementos técnicos. Segundo o autor, as técnicas que podem compor um estilo seriam a *mise en scène* (atuação, iluminação, performance e composição de cena); enquadramento, foco, controle de valores de cor; edição e som. Sua conceituação, evidentemente, tinha em vista o cinema, mas as diversas trocas ocorridas entre cinema e televisão permitem que os mesmos conceitos sejam válidos para a narrativa televisual, ou seja, todos esses elementos também estão presentes na realização televisiva (Magno *et al.*, 2021), mas de forma limitada, pelo modo industrial de produção e, em última instância, do fato de que a televisão é verbal.

Como vimos no capítulo anterior, a chegada do videotape muda a forma de se produzir novelas, possibilitando a montagem, como no cinema, e o desenvolvimento de uma linguagem própria, ainda que limitada pela qualidade da imagem. Nem mesmo a chegada da cor às transmissões televisivas alteraram a maneira de se enquadrar, porque a qualidade da imagem continuava baixa. A grande mudança se deu com a transição do sinal analógico para o digital, no início dos anos 2000, associada à produção de equipamentos específicos para a captação em alta definição (HD), trazendo novas possibilidades na forma de se produzir TV. Em matéria da revista *Tela Viva*, Celso Araújo, diretor de Engenharia da TV Globo, destacou diversas diferenças, como a proporção de tela de 16:9, mais parecida com a proporção das telas de cinema, enquanto a televisão no modelo de definição standard (SD) apresentava uma proporção

de 4:3⁴⁴. Além disso, ele destaca que uma maior nitidez e definição, possibilitam a visualização de mais detalhes, as cores tornam-se mais vibrantes e é possível perceber melhor a diferenciação entre os mais variados tons. Quanto à iluminação, no HD é possível obter uma maior relação de contraste, o que proporciona transições de baixas luzes (Meleiro, 2002). A nova tecnologia começa a ser explorada aos poucos e a TV Globo produz séries e novelas mais curtas, exibidas num horário alternativo tarde da noite, em que começam a ser testados novos estilos, novas formas de linguagem. Mas somente em 2007 o sinal de televisão digital e em HD foi implementado no Brasil, e a popularização dos televisores de tela plana, mais para o final da década e início dos anos 2010.

Em 2011, a novela *Cordel Encantado* apresentou uma imagem que se destacou das demais produções da época, sendo muito comparada ao cinema, por mostrar composições visuais mais elaboradas tanto na fotografia quanto na direção de arte (Rocha, 2015). Em sua coluna no jornal *O Globo*, Patrícia Kogut ressalta “o uso da câmera F35 nas sequências tanto da França quanto em Sergipe”, possibilitando uma imagem com “textura e qualidade especiais”. Ela ainda elogia a “atenção aos detalhes” nos cenários, figurinos e na iluminação (Kogut, 2011).

⁴⁴ A proporção representa a largura da tela em relação a sua altura. No caso dos aparelhos HD, a largura da tela equivale a 16 e altura a 9.

Figura 1: Frame capturado da novela Cordel encantado



Fonte: Globoplay⁴⁵.

Figura 2: Frame capturado da novela Cordel encantado apresentando o ator Domingos Montagner



Fonte: Globoplay⁴⁶.

Em entrevista, na época, o diretor de fotografia Fred Rangel observa que o desenvolvimento tecnológico foi um grande diferencial para o resultado. Ele destaca o

⁴⁵ <https://globoplay.globo.com/cordel-encantado/t/NBvxtkC5Bz/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

⁴⁶ <https://globoplay.globo.com/cordel-encantado/t/NBvxtkC5Bz/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

sensor Full 35, que é do tamanho de um negativo de 35 mm⁴⁷, trazendo para o vídeo a mesma relação ótica das câmeras de cinema. “Buscamos na TV a simbiose entre a qualidade mostrada no cinema e a velocidade empregada pela TV. A alta definição nos proporciona essa possibilidade de estreitar essa diferença⁴⁸” (Barros, 2011), complementando que, pela primeira vez na teledramaturgia da TV Globo, gravamos em 24 quadros, que também é o número de quadros por segundo de um filme do cinema (na TV, de um modo geral, o *framerate* é de 30 quadros por segundo). Outro fator importante é a possibilidade de criar uma luz mais recortada, permitindo destacar apenas o que era necessário dentro de uma cena.

Um ponto importante a ressaltar do comentário é a busca, a que ele se refere como simbiose, em equilibrar a produtividade exigida na produção das telenovelas, com a qualidade almejada, à qual o profissional se refere como a qualidade mostrada no cinema. O uso de mais de uma câmera nas gravações permite que não sejam necessárias muitas repetições para se realizar uma cena, mas faz com que o desenho de luz seja feito de forma a deixar tudo que está na cena iluminado, para que a iluminação funcione para todas as câmeras que estiverem atuando. Deste modo, evita-se que a gravação precise ser interrompida para que se façam ajustes de acordo com cada plano, em detrimento da fotografia. No cinema e nas séries, ao contrário, a luz é mais trabalhada, cada plano funcionando não só para dar mais veracidade para as cenas, mas de forma conceitual, impactando na atmosfera da cena e na composição do quadro, sendo utilizada na construção de significado para a imagem.

Outros equipamentos utilizados com intuito de dar agilidade à produção são as lentes *zoom*, de distância focal variada, que permitem o reenquadramento com agilidade. Sua qualidade ótica, porém, é muito inferior à das lentes de campo focal fixo, intercambiáveis, uma vez que a construção ótica das lentes fixas é mais simples, com menos elementos de vidro para a luz atravessar, o que reduz a possibilidade de

⁴⁷ Formato da película utilizada no cinema.

⁴⁸ Entrevista disponível em:

http://www.musitec.com.br/luzecena/revista_artigo.asp?revistaID=2&edicaoID=148&navID=4002.

Acesso em: 08 jul. 2025.

aberrações e distorções, resultando em imagens mais nítidas. O uso deste tipo de lente se tornou comum ainda no início dos anos 2010⁴⁹.

Figura 3: Frame capturado da novela A vida da gente, com os atores Rafael Cardoso e Fernanda Vasconcellos.



Fonte: Foto de Renato Rocha Miranda / Rede Globo / Divulgação⁵⁰.

Em seguida, vieram as câmeras com definição 4k⁵¹ e *Avenida Brasil*, lançada em março de 2012, foi a primeira novela das 21 horas gravada, como no caso de *Cordel*, em 24 quadros por segundo. Os investimentos e a adoção de novas técnicas e tecnologias nas áreas da computação gráfica e da fotografia tornaram possível a telenovela *Deus Salve o Rei* (2018), que se passava em um mundo fictício da era medieval, viabilizada através do investimento “em recursos tecnológicos para emular

⁴⁹ À título de curiosidade, em 2011, trabalhei como assistente de direção na novela *A Vida da Gente*, que estreou no horário das seis da tarde, substituindo *Cordel Encantado*. Nessa novela, em todas as cenas produzidas fora do estúdio, as chamadas externas, que incluem cidades cenográficas e locações, foram utilizadas, exclusivamente, lentes fixas. Chegou-se a uma equação em que o desenho das cenas permitisse a gravação um pouco mais acelerada, com quadros mais parados e compostos, compensando o tempo perdido, quando necessário, na troca de lentes, o que permitiu uma melhor qualidade fotográfica, especialmente para as cenas gravadas em Porto Alegre e Gramado, no Rio Grande do Sul. Hoje em dia, se tornou praxe o uso de lentes fixas nos programas de teledramaturgia da TV Globo.

⁵⁰ metropoles.com/columnas/o-melhor-da-tv/a-vida-da-gente-ana-nao-pode-deixar-que-saibam-que-julia-e-sua-filha. Acesso em 27 mar. 2025.

⁵¹ O padrão 4K possui resolução de 3.840 pixels horizontais por 2.160 pixels verticais. O padrão anterior Full HD, possui 1.920 x 1.080. Além disso, sua taxa de atualização é de 120 Hz, o dobro da anterior, tornando os movimentos das cenas mais suaves (Higa, 2019).

a realidade europeia sem necessidade de gravações do elenco fora do país” (Souza *et al.*, 2021, p. 31). Esta inovação estética evidenciou novas possibilidades de utilização da tecnologia, que contribuíram para a narrativa, bem como para o aprimoramento de técnicas adotadas em outras produções. O capítulo de estreia da novela foi exibido em diversas salas de cinema do Brasil, com qualidade de som Dolby Atmos⁵², à época, o que havia de mais avançado em tecnologia sonora.

Recentemente, o primeiro capítulo do *remake* de *Pantanal* foi gravado em qualidade 8K, com imagens que chegam a atingir 33 milhões de pixels, 16 vezes mais do que as transmissões da Globo na TV aberta e quatro vezes mais que um seriado em 4K da Netflix, Disney+ ou Amazon, por exemplo. Inédita na teledramaturgia, a iniciativa de produzir um capítulo de novela em 8K exigiu cuidados especiais com fotografia, cenografia e maquiagem, além de mais tempo para finalizar as cenas. Marcelo Bossoni, diretor de tecnologia de entretenimento da Globo, observa que todo o processo tem um impacto muito grande no tempo gasto após a gravação até a finalização do material, em função do tamanho dos arquivos de imagens produzidos (Bonjoch, 2022). O espectador, porém, precisa ter um aparelho de televisão compatível com a definição 8K para poder aproveitar a qualidade de imagem, mas Bossoni ressalta que o capítulo em alta definição ficará disponível no Globoplay. Se a primeira versão de *Pantanal*, em 1990, foi um marco por levar à TV uma linguagem mais cinematográfica, com um ritmo mais lento e imagens contemplativas, só agora a TV realmente chega perto da qualidade do cinema, não somente por melhores possibilidades tecnológicas em sua produção, mas também pela qualidade de imagem e de som disponível nos aparelhos de televisão atuais, tornando, deste modo, justificável o seu *remake*, trazendo tudo aquilo que a versão original já apresentava em 1990, mas que chegava ao público sob as restrições dos pequenos e quadrados televisores, em meio a chuviscos da transmissão analógica. Mas os *remakes* se tornaram tendência nos últimos anos, tanto no cinema quanto na TV, explorando o uso da nostalgia, trazendo de volta títulos de sucesso, repaginados e revisitados, com o objetivo de apelar para o afeto do público por determinados conteúdos.

⁵² Tecnologia desenvolvida pela empresa Dolby, que permite maior imersão do público, uma vez que o som é 360° e pode ser projetado para se mover livremente pelos alto-falantes, incluindo os instalados no teto, prometendo criar uma experiência mais realista e envolvente.

2.2.2. Remakes: o uso da nostalgia como ferramenta

A utilização da memória como parte de uma estratégia mercadológica por parte da TV Globo ocorre desde 1969, quando a emissora começou a exibir telenovelas antigas na parte da tarde. Em 1976, a faixa passou a ser transmitida em horário fixo, depois do *Jornal Hoje*, recebendo, em 1980, a denominação de *Vale a Pena Ver de Novo*, com a reprise de *Dona Xepa*, originalmente exibida em 1977 (Memória Globo, 2021). A estratégia foi adiante em 2010, muitos anos após a chegada da TV por assinatura no Brasil, com a criação do canal *Viva*, que exibe uma programação composta por reprises de programas produzidos pela emissora. Por fim, em 2015, com o lançamento do Globoplay, que como mencionado acima, ampliou a oferta da grade da TV aberta por meio da transmissão simultânea, além de desenvolver conteúdos originais exclusivos. Um de seus maiores atrativos, porém, foi a disponibilização do acervo da emissora. Novelas e séries antigas, filmes e todo um catálogo digitalizado foram relançados e disponibilizados para os assinantes.

Em 2020, com a paralisação das atividades de gravação de novas novelas no período da covid-19, a emissora se viu obrigada a substituir partes da sua grade de programação por reprises de produções antigas, as quais, segundo levantamento do grupo Kantar Ibope, foram bem aceitas em termos de audiência. *Finha Estampa* (2011), por exemplo, primeira novela relançada pelo canal, teve média de 32 pontos de audiência nos 32 primeiros capítulos, um crescimento de quatro pontos na comparação com o mesmo período de 2019. Para se ter uma ideia, a novela anterior, *Amor de Mãe*, de conteúdo inédito, teve média de 30,46 pontos de audiência entre novembro de 2019 e março de 2020, quando as produções foram suspensas (Exame, 2020).

Figura 4: Frame capturado da novela Pantanal.



Fonte: Globoplay⁵³.

Em sua coluna no site UOL, Mauricio Stycer (2020) revela que na faixa horária das 7h às 24h, a Globo registrou aumento médio de um ponto no Painel Nacional de Televisão (PNT) nos primeiros sete meses de 2020 com relação ao mesmo período de 2019. Em relação ao horário nobre (entre 18h e 24h), o crescimento foi de dois pontos, sendo que todas as telenovelas em exibição na faixa horária tiveram aumento de audiência. No canal Viva, o aumento foi de 7% em audiência acumulada nas três novelas exibidas no horário noturno. Com as pessoas isoladas em casa, afastadas de suas atividades cotidianas e ávidas por entretenimento, um grupo significativo escolheu as novelas antigas como forma de diversão e de passar o tempo, mesmo com a enorme oferta de conteúdo inédito disponível nas plataformas de *streaming*, por exemplo.

Aproveitando o sucesso das reprises, o Globoplay lançou o projeto *Os Clássicos Estão de Volta*, em que relançou uma novela clássica a cada duas semanas, num total de 50 títulos. A primeira a ser lançada foi *A Favorita*, de 2008. Neste período,

⁵³ <https://globoplay.globo.com/pantanal/t/wM9wJbjHJN/>. Acesso em: 16 mai. 2025.

a plataforma apresentou um aumento de 150% de horas consumidas pelos usuários em comparação com o mesmo período de 2019, e um aumento de 145% na base de assinantes da plataforma. É interessante ressaltar que, até esse momento, o Globoplay não tinha ainda lançado nenhuma telenovela inédita de forma exclusiva, o fazendo sempre em paralelo com o lançamento da TV aberta, dentro da sua estratégia de ampliar o alcance do conteúdo da TV linear. As novelas clássicas disponibilizadas, de certo modo, tornam-se as primeiras exclusivas da plataforma, uma vez que só podiam ser acessadas através dela. Segundo Erick Brêtas, diretor de serviços e produtos digitais da empresa à época, com base na análise de dados sobre o comportamento do consumidor, a empresa verificou a perda de usuários quando estes terminam de assistir a um conteúdo mais curto, como uma série ou um documentário. Nesse aspecto, ele observa, um produto como uma telenovela de 180 capítulos mantém o assinante por mais tempo na plataforma (Brêtas, 2020).

De acordo com Andreas Huyssen (2000), o *boom* da memória evidencia, cada vez mais, a valorização do passado na contemporaneidade, sinalizando uma obsessão das instâncias culturais e midiáticas pela instrumentalização da memória, estando ligada à temporalidade e à crise existencial do nosso tempo presente. Em tempos de pandemia, especificamente, o passado se mostrava muito mais atraente do que o presente, mas isso não explica tudo. Ana Paula Goulart Ribeiro, em seu artigo para o Obitel Brasil, questiona os motivos pelos quais o público, entre todos os produtos culturais disponíveis, escolheu as novelas antigas como forma de diversão e de passar o tempo. A hipótese por ela levantada é que a nostalgia teve um papel fundamental para garantir o sucesso das reprises (Ribeiro *et al.*, 2021).

A expressão cultura da nostalgia marca uma transição na própria percepção sobre o termo, que deixa de se referir a um sentimento negativo e passa a conotar algo potencialmente bom, ligado à rememoração ou recuperação de um passado mais ou menos distante (Castellano; Meimardis, 2017). Esse anseio por uma casa que já não existe ou nunca existiu ou mesmo uma recusa a se render à irreversibilidade do tempo (Boym, 2001) cria termos como “vintage” e “retrô” para demarcar o retorno de produtos, modas e tendências do passado, com as empresas buscando o apelo a esse

sentimento como forma de “imbuir nas marcas um significado emocional e cultural adicional” (Keller, 2016, p. 61).

O recurso à nostalgia como estratégia mercadológica por parte de empresas, aqui em particular aquelas ligadas às mídias massivas, é independente da aplicação precisa ou não do termo, socialmente significativa. Na busca pelo sucesso, não é de se estranhar que a TV Globo, recentemente, esteja produzindo uma série de *remakes* baseados em produtos clássicos de grande sucesso no passado. Em matéria intitulada “O que explica a atual onda de remakes das novelas?”, publicada pelo site *Meio e Mensagem*, Allan Lico, vice-presidente de produção e conteúdo da Endemol Shine Brasil comenta que “a pressão pelo retorno, pela otimização de recursos e a competição pela audiência estão maiores e, apostar em algo que já deu certo no passado, é mais seguro do que apostar em novos títulos”, avalia (Sacchitiello, 2024).

Mas esse tipo de produto não é uma novidade na TV brasileira, nem mundial, também é comum no cinema. Nos Estados Unidos, onde há uma grande resistência por parte do público em assistir produtos de língua estrangeira, é comum a adaptação de conteúdos originais de outros países para a língua inglesa. É o caso de *CODA - No ritmo do Coração*, vencedor do Oscar de melhor filme em 2022, uma adaptação de *A Família Bélier*, longa-metragem francês de 2014. No Brasil, o SBT produziu com sucesso os *remakes* de *Chiquititas* e *Rebelde*, baseados em originais argentinos. Para a TV Globo, os *remakes* também não são exatamente novidade. Em muitos casos, os *remakes* se tornaram mais importantes que seu original, como *Roque Santeiro*, de 1975, que foi censurada pela ditadura militar no dia da sua estreia, sendo refeita em 1985. Novelas como *Irmãos Coragem* (1995), *Selva de Pedra* (1986), *Pecado Capital* (1998), *Mulheres de Areia* (1993), *A Viagem* (1994), foram *remakes* de versões anteriores.

Algumas reestrearam como novelas especiais no inconstante horário das 10, como é o caso de *O Astro* (2011), *Gabriela* (2012), *Saramandaia* (2013); outras como série, como *O Rebu* (2014), numa tentativa de atrair espectadores para uma programação que já é considerada familiar. Um sinal de sucesso da estratégia é que a tendência segue muito forte, com diversas versões sendo lançadas recentemente, algumas com mais sucesso que outras. Das últimas seis novelas do horário das 21 horas, três foram *remakes*. *Pantanal* (2022), justamente a novela que fez a concorrência dar

dor de cabeça em 1990, *Renascer* (2024) e, mais recentemente, *Vale Tudo*, lançada em março de 2025 (Dezan *et al.*, 2024).

Investir em *remakes*, conforme mencionado acima, é uma oportunidade de trabalhar com um conteúdo já testado, com um potencial mais previsível, com a oportunidade utilizar tecnologias mais avançadas, como no caso de *Pantanal*. Revisitar tramas antigas pode significar trazer situações dramáticas consideradas ultrapassadas e até mesmo equivocadas, quando avaliadas sob o ponto de vista da nossa sociedade contemporânea. Essa mudança de percepção relaciona-se com o argumento de Marilena Chauí (1994, p. 17) de que, “na maior parte das vezes, lembrar não é reviver, mas refazer, reconstruir, repensar, com imagens e ideias de hoje, as experiências do passado”, concluindo que a lembrança é “uma imagem construída pelos materiais que estão, agora, à nossa disposição, no conjunto de representações que povoam nossa consciência atual”.

Não podemos deixar de mencionar, portanto, os debates emergentes dos últimos anos sobre gênero, raça, sexualidade, bem como as polarizações políticas e ideológicas que invadiram a mídia, as redes sociais e os lares brasileiros. Para se fazer relevante, o *remake* precisa ser renovado e adaptado para refletir os valores da sociedade no tempo de sua produção. No caso do *remake* de *Dona Beja*, conforme analisaremos no capítulo 3 desta dissertação, a nova versão tem muito em comum com a original em termos das linhas gerais de sua trama, visto que ambas se baseiam nas mesmas fontes históricas. Diversos elementos muito importantes, porém, foram modificados, a fim de tornar o produto aceitável e até mesmo competitivo para o público atual.

2.2.3. Ritmo e complexidade narrativa – as inovações da trama

Como vimos acima, a TV aberta, assim como é o caso da rádio, que foi uma de suas grandes influências, muitas vezes disputa a atenção com diversas outras atividades que são realizadas em paralelo ao ato de assistir TV. No caso das telenovelas, esse fator se soma ao fato de se tratar de uma trama longa, com uma média de 150 capítulos, exibidos diariamente de segunda a sábado, o que torna pequena a probabilidade de que

o público seja capaz de assistir absolutamente toda a trama. Sua forma de exibição, em uma grade de programação, com horários fixos, impossibilita que o espectador, que não seja assinante da plataforma digital, reveja os capítulos que foram perdidos.

Desta forma, é necessária uma constante reiteração da trama, ou seja, algum evento importante que aconteça na história, é reverberado durante algum tempo nos diversos núcleos da trama, muitas vezes sendo reexibido através de *flashbacks*. Esta reiteração acaba por se tornar uma das características mais marcantes da telenovela. A TV não linear, porém, inaugura novas formas de espectatorialidade como, por exemplo, o fato de todos os capítulos serem disponibilizados de uma vez e a necessidade de uma atitude ativa do espectador, que precisa, efetivamente, escolher, não somente o produto que vai assistir, mas o horário em que vai assistir. Ele tem a escolha de parar um episódio no meio, voltar atrás e assistir novamente, tornando a repetição desnecessária e enfadonha.

A grande variedade de produtos apresentados pelos *streamings* altera os horizontes de expectativas e repertório da audiência, promovendo mudanças no ritmo dos capítulos, dinamicidade na progressão dramática, entre outros recursos dramatúrgicos. Além disso, as mídias digitais provocam novas formas de interação com os autores-roteiristas, tornando-se uma ferramenta extremamente importante, “a capacidade de criar personagens, núcleos e desdobramentos dramáticos geradores de engajamento no ambiente digital” (Souza *et al.*, 2021, p. 31).

Não há mais a possibilidade de se guardar história. Para manter o interesse do espectador, os enredos precisam ser mais dinâmicos e com reviravoltas frequentes. Segundo Eneida Nogueira, diretora de pesquisa da TV Globo até 2017, a telenovela longa tem a dinâmica da grade fixa, funciona em harmonia com a rotina do dia a dia. “Não vejo as pessoas assistindo on demand a 180 capítulos de novela.” Mesmo na televisão, as telenovelas vêm se tornando mais curtas (Svartman, 2023). O grande dilema se encontra no fato de que a novela é um produto caro, que, como vimos, aumenta seu lucro quanto mais sua duração é estendida. Maurício Stycer, crítico de TV do portal UOL, reconhece a dificuldade, mas aponta como exemplo a novela *O tempo não para* (2018/19), de Mário Teixeira, que com 156 capítulos, terminou com média geral de 24,2 pontos de audiência.

Apesar de ter apresentado, na primeira semana de exibição, a maior média de público no horário dos dez anos anteriores, atingindo índices de 29,2 pontos, segundo o portal *Notícias da TV* (2018), na reta final, quando os índices, normalmente, voltam a crescer, a novela teve a pior última semana dos últimos quatro anos, com o seu último capítulo atingindo apenas 25,1 pontos (Notícias da TV, 2019). Segundo Stycer, a novela, que narra as aventuras de uma família do século XIX que fica congelada em um *iceberg*, despertando 132 anos depois e tendo que enfrentar a realidade da vida contemporânea, tinha fôlego para ser uma boa série, não uma novela, tendo faltado história e capacidade para desenvolvê-la. Em artigo intitulado “Por que é preciso urgentemente reduzir a duração das novelas” (Stycer, 2019), o jornalista sugere que, atualmente, diante do interesse do público pelas séries, as novelas deveriam ter, no máximo, 100 capítulos.

Para manter sua relevância no novo ecossistema midiático, a telenovela precisa sofrer algumas alterações. Tramas mais dinâmicas e interatividade com o público podem ser alguns dos caminhos a se seguir. Surge uma tendência que Maria Immacolata Vassallo de Lopes chamou de “serialização das telenovelas e telenovelização das séries” (2024). Podemos observar que, em relação às telenovelas, muitos elementos experimentados anteriormente apenas para o público das séries, passam a ser apropriados pelos autores. Em *A Favorita* (2008), João Emanuel Carneiro subverteu uma das premissas mais importantes do melodrama, criando uma trama em que durante grande parte do tempo, o público tinha dúvidas entre qual das protagonistas era a mocinha e qual era a vilã. Em 2012, com *Avenida Brasil*, deu espaço para o subúrbio carioca em uma trama surpreendente em que a todo momento surgiam novas revelações e mudanças de direção na trama. Em *A Regra do Jogo* (2015), cada capítulo foi numerado e recebeu um título que aludia aos acontecimentos do dia, explicitando a tensão existente entre capítulo e episódio⁵⁴. Além disso, o protagonista era um mau-caráter que pertencia a uma organização criminosa.

⁵⁴ No caso das séries estadunidenses, os episódios são unidades autônomas, com início, meio e fim, mesmo que tenham causas que lhe antecedem e consequências posteriores. No caso das telenovelas brasileiras, cada unidade é chamada de capítulo, denominação que vem da literatura, pois fazem parte de uma trama maior, como no caso do folhetim (Mendes, 2014).

Walcyr Carrasco adota o multiprotagonismo, dividindo a trama em mais de um núcleo, que se conectam com o núcleo central, dando assim mais fôlego à trama. Em *A Dona do Pedaço* (2019), Maria da Paz (Juliana Paes) era a personagem principal e as personagens Vivi Guedes (Paolla Oliveira) e Fabiana (Nathália Dill) tinham enorme importância na trama. Glória Perez adotou estratégia semelhante em *A Força do Querer* (2017), dividindo o protagonismo entre Bibi (Juliana Paes), Jeiza (Paolla Oliveira) e Ritinha (Ísis Valverde).

Se os algoritmos regem as decisões dos executivos do *streaming*, a TV Globo sempre teve o seu departamento de pesquisa, utilizando os dados obtidos sobre o consumo dos seus produtos como material para orientar a inovação realizada pelos profissionais que atuam na confecção desses produtos. Em 2020, como parte de uma série de mudanças incorporadas pela empresa durante o processo de consolidação do programa *Uma Só Globo*, que unificou os diferentes negócios em uma nova e única empresa chamada Globo, estabeleceu-se uma estratégia de transformação digital da empresa, segundo a qual as decisões passam a ser tomadas de forma integrada e orientada por dados (Souza *et al.*, 2021). É indispensável para o sucesso das novelas contemporâneas a capacidade de criar tramas e personagens, que gerem engajamento no ambiente digital. Em *Malhação: Sonhos* (2014-2015), de Rosane Svartman e Paulo Halm, foram desenvolvidas diversas ações transmídia, com *blogs* oficiais criados para dar vida aos personagens da trama além da tela, conectando o público diretamente ao seu personagem preferido na ficção.

Através de páginas na internet, *fanfictions*, memes, *hashtags*, *tweets*, *posts*, comentários, o público foi estimulado a explorar a obra e participarativamente (Greco; Chaves, 2018). Nas novelas *Totalmente Demais* (2015-2016) e *Bom Sucesso* (2019-2020), os autores trouxeram personagens com vivências na cultura digital, contribuindo para ações de *spin-offs* e *crossovers*, além de conteúdos exclusivos para as plataformas digitais. Outro exemplo é a novela *Deus salve o rei*, de Daniel Adjafre, que, devido ao fato de ser protagonizada por três atrizes com notória influência nas redes sociais (Bruna Marquezine, Marina Ruy Barbosa e Tatá Werneck), causou grande engajamento, levando, inclusive, a disputas entre os fãs de Bruna e Marina.

A partir de 2016, a Globo passou a explorar o princípio do *digital first*, distribuindo conteúdos produzidos para o ambiente digital, antes de serem lançados na TV aberta, estreando no Globoplay as séries *Brasil a Bordo* (2017) e *Carcereiros* (2017) (Lopes, 2024). A alta capacidade produtiva da emissora permitiu um processo de integração entre TV aberta e o digital. Em 2019, a novela *Órfãos da Terra* (2019) teve seus capítulos lançados inicialmente pela plataforma, antes da veiculação na TV aberta (com exceção do primeiro e os da semana final). Em 2020, com a paralisação das atividades em função da pandemia, as novelas *Amor de mãe* e *Salve-se quem puder* tiveram que ser interrompidas. Quando a produção de novelas pôde ser retomada, a empresa adotou a estratégia de só estrear a nova leva de capítulos quando todos estivessem produzidos, com o objetivo de evitar uma nova interrupção das transmissões das novelas, diante da necessidade de uma nova paralisação.

Desta forma, pela primeira vez, telenovelas da TV aberta foram lançadas, pelo menos em parte, como obras fechadas, ainda que o fato de ter exibido seus primeiros capítulos de forma aberta, contribuam para que autores e equipes tenham algo em que se basear. Em seguida, porém, *Nos Tempos do Imperador*, *Um Lugar ao Sol* e *Quanto Mais Vida*, estreantes em 2021, também foram lançadas, desta vez na sua totalidade, como obras fechadas, contando apenas com a ilha de edição como recurso para alterações ao longo de suas veiculações na TV. Essa estratégia temporária decorrente da pandemia foi abandonada posteriormente, reforçando a necessidade do formato de dialogar com o público. Em 2021, foi produzida *Verdades Secretas 2*, sequência da telenovela, vencedora do Emmy Internacional de 2016. Apesar de ter apenas 50 capítulos, disponibilizados em blocos de 10 capítulos a cada 15 dias, pode ser considerada a primeira telenovela brasileira totalmente financiada e exibida por uma plataforma digital no Brasil. O autor Walcyr Carrasco comenta sobre a experiência de escrever pela primeira vez uma obra fechada, que precisou seguir sua intuição, mas sentiu falta da vida (Svartman, 2023), observando, porém, que o fato de a versão original ter sido lançada como obra aberta, serviu como orientação para guiá-lo na confecção da continuação.

Por fim, em 2022, a telenovela *Todas as flores*, com 85 capítulos, foi produzida diretamente para o Globoplay, dividida em duas partes (como se fossem duas

temporadas) e com acentuadas características de serialização (Lopes, 2024). Um produto, portanto, produzido pelo grupo Globo, com uma quantidade menor de capítulos (se comparada com a média de capítulos que uma telenovela da TV aberta costuma apresentar), uma trama ágil e serializada, lançada como obra fechada (apesar de dividida em duas temporadas), somente para a plataforma digital. A primeira parte foi transmitida entre 19 de outubro de 2022 a 14 de dezembro de 2022, com blocos de cinco capítulos lançados toda semana. A segunda parte, ou temporada, foi transmitida entre 5 de abril de 2023 a 31 de junho de 2023. Pode-se dizer que *Todas as flores* é um ótimo exemplo de serialização da telenovela, conforme definido por Lopes (2024). Veremos mais sobre a “telenovelização das séries” no subcapítulo a seguir.

2.3. O *streaming* e a telenovelização das séries

Como vimos acima, a guerra pela audiência travada pelas plataformas de *streaming* fez com que elas investissem fortemente na produção de conteúdo ao redor do mundo. A terceira era de ouro da TV, termo utilizado por Brett Martin em seu livro *Homens difíceis* (2015), começa com *Família Soprano* e se estende por mais de uma década, com diversas produções premiadas desenvolvidas pelas plataformas. Somente em 2019 foram lançadas 532 produções roteirizadas originais, um aumento de 152% em comparação com as 211 exibidas em 2009. John Landgraf, CEO do canal FX, ficou conhecido por apontar essa tendência em 2015 durante a sua fala no Television Critics Association Press Tour, em que ele afirmou que a TV estadunidense estava adentrando a Peak TV (Meimardis; Quinan, 2022). Segundo Landgraf, a Peak TV (a palavra *peak* significa pico) representava um problema tanto para a indústria, que não conseguia manter essa quantidade de produções, quanto para os consumidores, que não dariam conta de consumir tudo o que desejassem. Ainda assim, durante a pandemia da covid-19, foram produzidas 493 obras ficcionais seriadas, número ainda bastante expressivo (Goldberg, 2021). Com o público em casa, o número de assinantes não parava de crescer. Durante toda a era de ouro, como vimos acima, o discurso por parte dos *streamings* era de exaltação da qualidade, sofisticação e hibridismo narrativo, distinguindo-se dos canais de TV aberta, com promessas de liberdade autoral e de uma

programação voltada para todos os nichos, em oposição à estratégia *catch-all* dos programas da TV tradicional.

Depois do crescimento durante o período de isolamento, com a volta do trabalho presencial, quando as pessoas voltaram a buscar opções de entretenimento fora de casa, o que se viu foi uma grande retração da base de assinantes de todas as plataformas. Somente a Netflix perdeu 980.000 assinantes entre abril e julho de 2022. Nos Estados Unidos, a perda foi de 1,3 milhão, resultado compensado com o crescimento no número de assinaturas em outros países (Pallotta, 2022). Segundo matéria da revista *Vanity Fair* (Press; Harvey, 2023), a perda no número de assinantes fez com que a Netflix tivesse uma queda em seu valor de mercado de 54 bilhões de dólares em 2022. Disney, NBCUniversal e Paramount acumularam juntas mais de 8,3 bilhões de dólares de prejuízo. O apetite dos *streamings* por originalidade e programação de nicho, anteriormente o seu principal argumento de venda, diminuiu em proporção inversa ao aumento da pressão dos investidores para que as empresas passassem a desenvolver projetos de forma mais planejada, em oposição aos excessos dos anos de ouro. Uma das etapas do processo em que houve mais cortes de orçamento foi o desenvolvimento de novos produtos. A matéria traz diversas declarações de executivos da indústria estadunidense, em sua maioria pessimistas. A maioria, de acordo com a matéria, preferiu não se identificar, como: “Ao invés de buscar o aumento do número de assinantes através do conteúdo de qualidade, os *streamings* direcionaram agora o seu foco para a rentabilidade”. Outro declara que “as plataformas cresceram produzindo séries com anti-heróis sombrios, agora o que eles estão buscando, são os shows de TV de dez anos atrás. A Netflix mataria por um novo *Big Bang Theory*”. Ou ainda: “É o momento de repensar o modo de fazermos as coisas [...] ajustamos os nossos parâmetros para que sejamos conscientes do orçamento, buscando por programas com poucas locações, ou filmados dentro de determinadas restrições”. Por último, a matéria apresenta a declaração de um executivo de que “na próxima década, a indústria criativa vai se tornar, cada vez mais, Wall Street dizendo o que fazer para as companhias de tecnologia como Netflix e Amazon”⁵⁵.

⁵⁵ Tradução nossa. Original em: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2023/05/tv-streaming-bubble-has-burst-writers-strike-looms>. Acesso em: 30 de junho. 2025.

O fenômeno, descrito por Lopes como a “telenovelização” das séries, já estava em curso globalmente, mesmo durante a era de ouro, com séries que apostaram em arcos dramáticos longos e forte influência melodramática. A autora cita Williams (2018), apontando que, quanto maior a serialidade de um texto, mais ele está sujeito ao melodrama. Essa mistura de gêneros, observa a autora, expande o sentido de melodrama, que passa a integrar séries e outros formatos. Tendo como grande influência o folhetim, a telenovela articula “a estrutura seriada e a periodicidade do capítulo, isto é, entre o tempo do progresso – o desenrolar das ações – e o tempo do ciclo – a retomada de tramas e personagens que apareceram ao longo da narrativa”, permitindo que o formato, ao apresentar “conteúdos altamente flexíveis e adaptáveis às novas lógicas de produção e atividades de consumo” (Lopes, 2024; p. 11-12), torna-se extremamente viável dentro desse cenário de reconfigurações televisivas, em que os *streamings* buscam produtos mais abrangentes, com grande possibilidade de identificação com a maior parte do público.

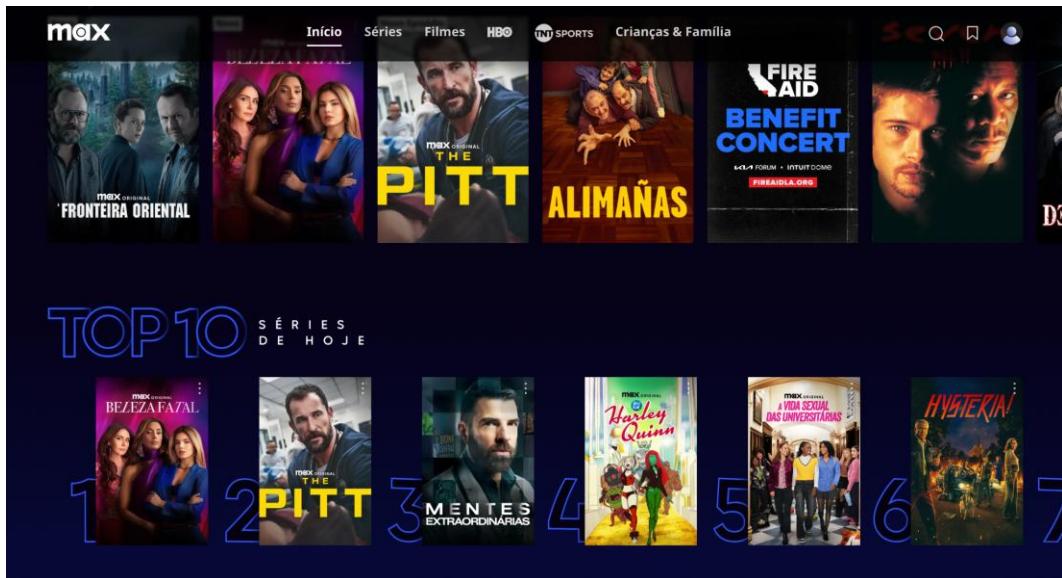
Em painel realizado no dia 12 de abril de 2023, durante o Rio2C, evento da indústria criativa realizado no Rio de Janeiro, a Netflix anunciou *Pedaço de mim*, sua primeira produção semelhante a uma telenovela, com previsão inicial de vinte capítulos e estrelada por Juliana Paes e Vladimir Brichta, atores conhecidos da TV aberta. A plataforma, porém, resolveu chamar a produção simplesmente de melodrama⁵⁶. No mesmo evento, um dia depois, o grupo Warner Bros. do Brasil confirmou o início da produção de duas telenovelas nacionais para a sua plataforma de *streaming* (Fulgêncio, 2023). Para escrever *Beleza Fatal*, a Warner contratou Rafael Montes, jovem autor de romances de suspense de grande sucesso, que iniciou sua trajetória na TV na equipe de roteiristas de João Emanuel Carneiro. Posteriormente, assinou algumas séries de sucesso no *streaming*, como *Bom dia, Verônica*, cuja primeira temporada foi lançada em 2020 na Netflix. Sob a supervisão de Silvio de Abreu, autor de telenovelas de sucesso na TV Globo, Rafael ficou responsável por entregar o primeiro projeto de telenovelas do canal. Daniel Berlinsky e António Barreira, autor português vencedor

⁵⁶ O GLOBO. **Netflix anuncia sua primeira novela, com Juliana Paes e Vladimir Brichta no elenco.** 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/streaming/noticia/2023/04/netflix-anuncia-sua-primeira-novela-com-juliana-paes-e-vladimir-brichta-no-elenco.ghtml>. Acesso em: 12 jan. 2025.

de dois prêmios Emmy Internacional, ficaram encarregados do *remake* de *Dona Beja*, sucesso de 1986 lançado pela extinta TV Manchete.

Produzida em parceria com a produtora A Fábrica e escrita por Ângela Chaves, *Pedaço de mim* estreou na Netflix em 5 de julho de 2024, com 17 capítulos, chegando ao primeiro lugar do *ranking* mundial das séries de língua não inglesa mais vistas da plataforma, de 7 a 14 de julho daquele ano (Santiago, 2024), ficando ainda no Top 10 por várias semanas. Para atrair o público, todos os capítulos foram lançados de uma só vez, o que pode ser considerado um erro, já que a repercussão da série ficou restrita à época de lançamento, diminuindo durante as semanas seguintes a interação nas redes sociais, fundamental para que o título alcançasse um público maior. A Max adotou uma estratégia diferente ao lançar *Beleza fatal*, sua primeira novela, que estreou no dia 27 de janeiro de 2025, ficando em primeiro lugar do Top 10 de séries no Brasil, divulgado pela própria plataforma. A novela terá 40 capítulos, mas o canal vai disponibilizar apenas 5 capítulos por semana, em estratégia semelhante à utilizada pelo Globoplay à época do lançamento de *Todas as flores*.

Figura 5: Tela dos Top 10 da plataforma Max – março / 2025



Fonte: Plataforma Max, março 2025.

Chama atenção, porém, a demora no lançamento da novela, cuja produção foi finalizada em março de 2024. Foram vários adiamentos e grande indefinição de quando a novela seria lançada. A Max pareceu esperar o momento ideal, sem tramas concorrentes, para assim garantir uma boa repercussão. Da mesma forma, ainda não foi divulgada quando será lançada *Dona Beja*, objeto do nosso estudo, cujas gravações também foram finalizadas em meados de 2024. A novela também tem a previsão dos mesmos 40 capítulos, mas, ao que parece, existe uma grande expectativa por parte do canal em relação à performance de *Beleza Fatal* para que sejam tomadas as próximas decisões.

Ainda em abril de 2023, quando do anúncio do início das duas produções, em matéria publicada no site *Observatório da TV*, no portal UOL, Mônica Albuquerque, à época Head de Gestão de Talentos e Desenvolvimento de Conteúdos Roteirizados, da Warner Bros. Discovery, ao comentar sobre o núcleo de novelas da empresa, disse que continuava sendo uma prioridade de extrema importância para a companhia: “Estamos com cinco roteiros de novelas finalizados na América Latina e retomando os planos de produção de cada uma delas”⁵⁷. Passados dois anos, a executiva não está mais à frente do desenvolvimento de conteúdos do canal, assim como Silvio de Abreu, que deixou a empresa ainda naquele ano. Dos cinco roteiros citados, apenas dois foram produzidos. Em relação à Netflix, também não há previsão, até o momento, da produção de novos conteúdos similares a *Beleza Fatal*.

⁵⁷ DRACZ, J. Com Camila Pitanga e Murilo Rosa no elenco, HBO Max anuncia produção de sua primeira novela - A previsão de lançamento é para o segundo semestre deste ano. Observatório da TV, 2023. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/com-camila-pitanga-e-murilo-rosa-no-elenco-hbo-max-anuncia-producao-de-sua-primeira-novela>. Acesso em: 20 fev. 2025.

CAPÍTULO 3 - A telenovela adaptada aos novos canais – *Dona Beja* na HBO Max

Conforme mencionado, num primeiro momento de forte concorrência entre as plataformas, houve um volume muito grande de investimentos em produtos originais, dos mais variados formatos e gêneros. O fim do isolamento social decorrente da pandemia de covid-19 em 2022, porém, causou uma forte retração na base de assinantes das plataformas, o que levou a uma grande pressão por parte dos investidores que, em busca de retornos financeiros mais expressivos, exigiram dos canais uma mudança na forma de produção. A diretriz passou a ser produzir menos produtos, com capacidade maior de atrair público, método similar ao utilizado pelas TVs abertas que, conforme mencionamos no capítulo anterior, quer atrair o máximo de espectadores possível em cada horário.

Como vimos, diversas estratégias foram utilizadas para atrair maior audiência, como a instrumentalização da nostalgia, através de *remakes* e na exploração de elementos da cultura popular de décadas passadas, continuações e *spin-offs*⁵⁸ de produtos consagrados. Outra estratégia utilizada é a introdução cada vez maior de características melodramáticas nos produtos serializados, fenômeno chamado por Lopes de telenovelização das séries (2024). Produtos com arcos dramáticos mais longos também se tornaram atraentes para os canais, por sua capacidade de reter a audiência por mais tempo. Além disso, nos diversos mercados locais, ocorre a adoção da estratégia de localização, que leva as plataformas de *streaming* a investirem na aproximação com o público através do investimento na produção local, como forma de aumentar a sua base de assinantes. No caso do Brasil, portanto, nada mais natural do que investir na telenovela, por sua capacidade histórica de dialogar com o público e o *know how* dos profissionais que há décadas produzem novelas para os canais de TV aberta.

⁵⁸ No glossário de novas nomenclaturas empregadas no universo das séries audiovisuais contemporâneas, *spin-off* se refere a uma obra derivada de uma ou mais obras já existentes.

O sucesso de *Pedaço de mim* na Netflix⁵⁹, melodrama de 17 episódios disponibilizados de uma só vez na plataforma e, mais recentemente, *Beleza fatal*, com 40 episódios, lançados em pacotes de 5 episódios semanais, na Max⁶⁰, parecem confirmar que a decisão foi acertada. Vale ressaltar que as estratégias de lançamento dos episódios, diferentemente das novelas da TV aberta, não estão relacionadas a fatores da produção, uma vez que se trata de obras fechadas, totalmente finalizadas na ocasião de sua exibição. Entendemos que depende do produto e de estratégias próprias do canal, numa tentativa de atrair novos assinantes ou de manter o seu engajamento por mais tempo, buscando fortalecer o relacionamento das plataformas com seus clientes⁶¹. Por conta da grande quantidade de canais oferecidos, é comum que haja flutuação no número de assinaturas, com aumento do número de adesões quando do lançamento de produtos populares e de cancelamentos ao final deste produto, quando parte deste público muda para outros canais, com novos produtos mais atrativos. Muitas estratégias de fidelização são adotadas, mas conforme mencionado por Erick Brêtas (2020) à época do lançamento do “Projeto Resgate”, com a disponibilização de diversas telenovelas antigas na plataforma Globoplay, mencionado no capítulo 2, quanto mais episódios tiver um produto, maior a sua capacidade de retenção dos assinantes.

Diferentemente, porém, da TV aberta, em que as telenovelas duram em média em torno de 160 capítulos, nos *streamings*, o público tende a perder o interesse por produtos com ritmo de acontecimentos mais lentos, reiteração da trama e ausência de ganchos desafiadores, tornando-se necessário limitar o número de capítulos. Por se tratar de um processo em andamento, ainda não temos elementos para determinar qual seria a duração ideal, mas no momento em que desenvolvemos esta dissertação, os resultados das duas obras lançadas, *Pedaço de mim*, com 17 capítulos e *Beleza fatal* com 40, parecem positivos.

⁵⁹ *Pedaço de mim* chegou ao primeiro lugar do ranking mundial das séries de língua não inglesa mais vistas da plataforma, de 7 a 14 de julho de 2024 na Netflix (Santiago, 2024).

⁶⁰ No Brasil, *Beleza Fatal* liderou o catálogo da Max por cinco semanas consecutivas, além de atingir o primeiro lugar em audiência em 15 países (Farias, 2025).

⁶¹ O conceito de “Marketing de Relacionamento” destaca que “a atração de novos clientes deveria ser vista como etapa intermediária do processo de Marketing. Solidificar a relação, transformando clientes indiferentes em clientes leais, deveria ser o foco principal para garantir sucesso a longo prazo” (Berry; 1995, p. 236) - tradução nossa.

Dona Beja, produzida entre 2023 e o início de 2024, já finalizada, ainda não tem data de estreia na Max. O *remake* da telenovela lançada pela TV Manchete em 1986, assim como *Beleza fatal*, também foi produzido com 40 capítulos e baseia-se na personagem histórica que viveu na região conhecida como triângulo mineiro nos anos 1800. O produto atual, como veremos a seguir, foi remodelado em relação à edição dos anos 1980, dialogando com a realidade contemporânea. Na época do lançamento da primeira versão, o país acabara de sair de duas décadas de ditadura militar e a sociedade ansiava por liberdade. Por apresentar fortes traços de sensualidade e erotismo, a novela fez um grande sucesso. Quase quarenta anos depois, porém, a exploração da nudez e do corpo feminino como atrativo dramatúrgico já não é encarada com a mesma naturalidade.

Sabemos que as novelas brasileiras são um reflexo da nossa sociedade, em uma grande mediação entre o que o público deseja, mas ao mesmo tempo, o que, muitas vezes, ainda nem sabe que deseja (Svartman, 2023). Ainda não é possível prever se o produto alcançará o mesmo sucesso de *Beleza Fatal*, mas a fórmula para o seu sucesso, envolvendo a nostalgia e a regionalidade, podem ser fatores determinantes. Com o objetivo de compreender melhor os objetivos e estratégias utilizados na produção desses novos conteúdos, realizamos entrevistas com agentes internos ao campo, envolvidos no planejamento e na tomada de decisões, tanto pelo lado da produtora, quanto do canal Max. Entrevistamos Daniel Berlinsky, um dos autores de *Dona Beja*, e Mônica Albuquerque, executiva responsável pelo desenvolvimento de telesséries do canal Max que comissionou as duas séries. Além disso, pelo fato do *remake* ainda não ter estreado, entrevistamos Maria de Médicis, diretora-geral de *Beleza fatal*, produto também da Max e já exibido, o que contribuiu para a nossa pesquisa, por se tratar de um produto que completou o ciclo de produção e exibição. Estes profissionais trabalharam anteriormente com telenovelas em TV aberta, o que lhes confere uma visão privilegiada das diferenças entre os dois tipos de produtos – para a TV aberta e para o *streaming*. A *Dona Beja* de 2024, como veremos a seguir, tem muitas características em comum com o produto lançado nos anos 1980, mas apresenta diversas peculiaridades que a tornam bastante diferente da original.

O objetivo da análise comparativa a seguir é tentar projetar de que forma o produto da indústria nacional vai se apresentar e se modificar para conseguir dialogar com os mercados internacionais alcançados pelas plataformas. Se, neste momento, ainda não temos o distanciamento necessário para avaliar o que pode ou não funcionar em termos das características deste produto emergente, ao menos podemos ter um pouco de visão daqueles que, envolvidos diretamente em sua produção, podem apontar o tipo de abordagens e decisões que foram tomadas na sua narrativa, modelo de produção e formato, permitindo, deste modo, que tenhamos uma noção do quê canais e produtoras estão buscando com estes produtos. Antes, porém, é necessário um breve esclarecimento sobre a personagem histórica que serviu de inspiração para a criação, tanto da telenovela original de 1986, quanto da sua nova versão.

3.1. Ana Jacintha de São José, personagem histórico por trás do mito

Em 1986, a TV Manchete lançou a novela *Dona Beija*, escrita por Wilson Aguiar Filho, a partir de argumento desenvolvido por Carlos Heitor Cony, baseado nos livros *Dona Beija, a feiticeira do Araxá*, de Thomas Leonardos, e *A vida em flor de Dona Bêja*, de Agripa Vasconcelos, ambos publicados pela primeira vez em 1957. As duas obras são baseadas no relato de um memorialista local, o major Sebastião Affonseca e Silva. Publicado em 1915, em forma de folhetim, no *O correio de Araxá*, o relato, por sua vez, foi inspirado na tradição oral, “através da memória de pessoas idosas, parentes e descendentes dos protagonistas, como o Dr. Eduardo Augusto Montandon, Dona Gabriela Franco Carneiro e Antônio Machado de Moraes e Castro” (Montandon, 2002, p. 15).

Thomas Leonardos, que chegou à cidade de Araxá em 1948 “em busca de alívio para as dores provenientes de uma cirurgia no fêmur”, ficou fascinado com a história da personagem, em torno da qual girava toda a história e mitologia local. Sua maior fonte de consulta, segundo prefácio da segunda edição do livro, é o arquivo do Araxá, de propriedade do memorialista, cujo volume 26 apresentava o material para uma obra nunca publicada, com o título de “Ana Jacinta de São José (*Dona Beija in natura*) - sua vida em ordem cronológica do berço ao túmulo – coletânea de narrativas ouvidas de

pessoas septuagenárias, octogenárias, nonagenárias e quase centenárias". O autor considera este trabalho e as longas conversas com o Major, a essência de sua publicação, sendo que, no prefácio da sua terceira edição, descreve sua obra como um memorial romanceado (1986). No caso do livro de Agripa Vasconcelos, por sua vez, encontramos no seu prefácio, o seguinte trecho:

A vida de Ana Jacinta de S. José foi estudada por muitos anos, obrigando-me a várias viagens para colher informações fidedignas. A tradição, que é também história, foi depurada de lendas, comuns a figura de seu tope. Ouvi os anciãos que a conheciam na Diamantina do Bagagem e, entre eles, um escravo que trabalhou em seus garimpos. Todos os nomes, datas e lugares são, em rigor, exatos. [...] Os fatos em geral aqui aflorados foram ouvidos de mais de um informante, os muitos episódios da época são rigorosamente verdadeiros (Vasconcelos, 1985, p. 7).

Ambas as publicações, portanto, baseiam-se na transmissão oral, sendo construídas através de relatos de pessoas que declaram ter convivido com a personagem, ou, ao menos, terem ouvido suas histórias de pessoas contemporâneas, uma vez que a personagem viveu entre 1800 e 1873⁶². Devido à precariedade da documentação histórica, a personagem dos livros "combina livremente elementos históricos e fictícios; fatos, nomes e elementos biográficos retirados da tradição oral e da documentação oficial em torno de uma pessoa real". A personagem, portanto, é constituída pelo "que se tem dito sobre ela e os discursos gerados à sua volta" (Montandon, 2002, p. 10).

Depois de reintroduzida na cultura local da cidade de Araxá pela publicação no jornal local em 1915, Dona Beija se torna um símbolo da cidade, uma vez que a chegada da estação ferroviária que conectou Araxá a Belo Horizonte, em 1926, promoveu um grande avanço do turismo na região, cujos principais pontos de atração eram as fontes de água mineral, com as quais Dona Beija tinha enorme identificação. Surge, então, uma indústria cosmética local, que utilizava como matéria-prima a lama e os sais sulfurosos das fontes. Desta forma, como a personagem, cuja beleza foi bastante exaltada no relato de Sebastião Affonseca e Silva, teria o hábito diário de

⁶² FUNDAÇÃO CULTURAL CALMON BARRETO. Anna Jacintha de São José – Dona Beja. Minas Gerais, [s/d]. Disponível em: <https://fundacaocalmonbarreto.mg.gov.br/bio/link/3/anna-jacintha-de-s-o-jos-dona-beja>. Acesso em: 15 Jul. 2025.

banhar-se nas fontes minerais de Araxá, passou a circular que “as águas tinham supostamente propriedades milagrosas que preservavam a juventude e a saúde” (Nascimento, 2022, p. 46).

Em 1938, com o objetivo de promover maior integração nacional, o governo de Getúlio Vargas promoveu uma política de intervenção federal no interior do país. Em parceria com o governador do estado de Minas Gerais, Benedito Valadares, iniciou a construção do Grande Hotel de Araxá, de suas termas e fontes. Dona Beija foi eleita garota propaganda do complexo hoteleiro e turístico, deixando de ser um mito regional e ganhando projeção nacional (Montandon, 2002, p. 141):

É dentro desse contexto que entendemos o fenômeno literário em torno de Dona Beja, cuja constante exposição conferiu a seu mito e seu nome uma representatividade e um caráter comercial com um apelo que, enquanto objeto de desejo, poderia ser extensivo ao produto que o usasse. Daí que em Araxá, seu nome apareça constantemente em eventos, lugares, objetos e produtos diversos e que a indústria editorial não o tivesse deixado passar despercebido, como bom produto comercial. Existe um número significativo de publicações que ostentam no título seu nome ou fazem alusão à personagem e que, a miúdo e quando muito, dedicam a ela apenas um capítulo.

A pesquisadora considera que existem duas personagens distintas: a primeira, a Dona Beja do século XX, resgatada da tradição oral, modelada física e moralmente e introduzida como protagonista de um relato que combina ficção e realidade; e a segunda, Anna Jacintha de São José, Dona Beja, que viveu no século XIX e em torno da qual se construiu o mito, este sim, personagem histórico, cujo perfil biográfico a autora tenta construir, com base na reduzida documentação encontrada, não tendo sido realizada anteriormente nenhuma outra biografia.

Nascida no México, Rosa Maria Spinoso de Montandon vive na cidade de Araxá desde 1972. Trabalhou no então Museu Municipal Dona Beja, encarregada de localizar, nos arquivos da cidade, evidências documentais para fundamentar os conhecimentos sobre ela, utilizando-se, nas suas palavras, “de pilhas de documentos, sem organização e sem condições ideais de conservação, nas instituições laicas e religiosas locais” (2002). Foi uma das principais fontes de pesquisa dos autores da versão de 2024, como veremos a seguir. Sua dissertação de mestrado trata, justamente,

da transformação da personagem histórica no mito Dona Beija. Sua pesquisa é baseada nos documentos históricos a que teve acesso privilegiado, buscando, porém, preencher as muitas lacunas levando em consideração o contexto histórico da região do triângulo mineiro na época do Brasil Colônia.

A primeira controvérsia histórica é em relação à origem do apelido Beija, Beja ou até Bêja, como no título da obra de Agripa Vasconcelos. O nome aparece pela primeira vez em um documento da câmara municipal, em torno de 1842, que relacionava as pessoas que se beneficiavam das águas de um córrego destinado ao abastecimento de água potável para a população. Neste documento aparece como Dona Anna Beija⁶³ o que, segundo Montandon, nos permite concluir que a atribuição do apelido à personagem já devia ter ocorrido há tempos, “o suficiente para tornar-se do domínio público e de uso corrente, a ponto de ser registrada com ele em um documento oficial, de nível municipal” (Montandon, 2002; p. 33). Não há, porém, bases documentais que comprovem nenhuma das diversas versões sobre sua origem, mas, considerando o significado literal da palavra, o verbo beijar se encontra em beija-flor, na flor do hibisco, também conhecida como beijo, ou em uma planta perene, também chamada beijo, mas conhecida popularmente como maria-sem-vergonha, pela facilidade e a abundância com que brota e se espalha (Montandon, 2002). Outra possibilidade é relativa à cidade de Béja, em Portugal, que seria atribuída a uma suposta origem portuguesa de seu pai.

Tanto o significado encontrado na botânica como as versões literárias sugerem um apelido derivado de uma conduta feminina desviante ou à margem dos padrões de comportamento convencionais, desejados na mulher da sociedade do século XIX. Uma conduta que na sua acepção mais branda sugeriria caracterizações como “leviana” ou “fácil”, mesmas que se poderiam aplicar às “marias-sem-vergonha”, que proliferavam na região tanto quanto as prostitutas. [...] Os apelidos - também os sobrenomes, em sua origem, se valeram do domínio popular e funcionam como nomes paralelos aos oficiais ou de batismo, identificando as pessoas segundo suas peculiaridades, incluindo-se ali as qualidades ou defeitos, que as destacam e diferenciam na sociedade (Montandon, 2002, p. 183).

⁶³ O documento é oriundo do Poder Legislativo Municipal, encontra-se nos arquivos da Fundação Cultural Calmon Barreto. Até o momento não se encontram organizados nem catalogados, motivo pelos quais não é possível indicar sua localização exata (Montandon, 2002, p. 33).

Para fins desta pesquisa, utilizaremos a grafia de acordo com a forma como se apresenta em cada uma das citações em que o nome é mencionado. No caso das duas versões da novela, a primeira, dos anos 1980, é *Dona Beija*, e a segunda, o *remake*, por questões de direitos autorais, foi chamada de *Dona Beja* e assim serão denominadas quando citadas a seguir.

Sobre a biografia da personagem, sabe-se que Anna Jacintha é filha de Maria Bernarda dos Santos, chegando com sua mãe a Araxá, nas duas primeiras décadas do século XIX, vindas, provavelmente, da cidade de Formiga (MG), onde, em seu testamento, Anna Jacinta declara ter nascido. No mesmo documento, ela cita a existência de um irmão, Antônio Rodrigues, sobre o qual não se tem nenhuma outra informação. Tanto Antônio quanto Maria Bernarda, sua mãe, desapareceram “no silêncio dos documentos” (Montandon, 2002, p. 23). Não há nenhum registro em documentos históricos que confirmem se Anna Jacintha ou Maria Bernarda teriam se sustentado através da prostituição, mas a autora cita Mary del Priore, que comenta a condição de extrema penúria e abandono que quase sempre rondava as mulheres sós (Priore, 1995), e Laura de Mello e Souza, que reforça dizendo que muitos foram os casos em que mulheres sozinhas, mães solteiras que tinham que sustentar os filhos e a casa com o produto de seu trabalho, “exercendo esporadicamente a prostituição para complementarem a receita doméstica” (Mello e Souza, 1986, p. 180). Através da certidão de batismo de Thereza Thomazia de Jesus, primeira filha de Anna Jacintha, nascida em 15 de fevereiro de 1819, sabe-se que, nesta época, já viviam em Araxá.

Anos depois, em 1833, o padre Francisco José da Silva, que batizou a menina, reconheceu e legitimou sua paternidade através de um documento cartorário. Não se pode determinar quando se iniciaram as relações de Anna Jacintha com o padre nem quanto tempo se mantiveram, “mas tudo indica que contavam com a cumplicidade familiar, sancionada pela presença da mãe dele, atuando como madrinha no batizado da neta” (Montandon, 2002, p. 24). Ao que parece, tais relações não incomodavam o resto da família já que, em 1826, a própria Anna Jacintha foi madrinha de batismo de Antônio, filho de Thomé Francisco da Silva Botelho, parente do padre, seu amante.

Não existe, também, nenhuma documentação que revele as atividades desempenhadas por Maria Bernarda e sua filha nos tempos de sua chegada e nas duas décadas seguintes. Fossem elas ilícitas ou não, mas “por volta de 1832, Anna Jacintha já se encontrava perfeitamente instalada na vila, no sobrado por ela edificado na Praça da Matriz” (Montandon, 2002, p. 24), dispondo-se, inclusive, a aumentar suas propriedades adquirindo casas vizinhas. A autora revela que a suposta fortuna de Anna Jacintha, se de fato existiu, provavelmente teve uma origem muito mais prosaica. A arquitetura de seu sobrado, com cinco portas no térreo, sua localização num local nobre da praça, ao lado da Igreja Matriz de São Domingos, e o nome de Anna Jacintha encabeçando uma relação de 31 moradores estabelecidos com negócios registrados no município, em 1834, dos quais nove eram mulheres, nos permitem considerar o comércio como uma de suas possíveis atividades. A autora cita Luciano Figueiredo, que estudou a participação feminina no comércio varejista de Minas Gerais durante a colônia, confirmado o domínio das mulheres nesse setor, baseado em pequenos estabelecimentos, por outro lado, gerando uma série de atividades paralelas e ilícitas, como o contrabando e a prostituição, que se articulavam à sua volta (Figueiredo, 1993), motivo que, por outro lado, não nos permite descartar a última, como outra das possíveis atividades praticadas não somente por Anna Jacintha, como por sua mãe. Montadon observa que há um longo histórico de prostituição familiar na tradição colonial mineira, segundo a historiografia desse período.

No censo provincial de 1832, Anna Jacintha foi relacionada como chefe de família, papel que desempenhava como mulher só, descasada e mãe solteira, descrita como branca, 32 anos e dona de oito escravos. Junto com ela, aparece Maria Bernarda dos Santos, sua mãe, também branca, de 56 anos. Sua filha, Thereza, já não consta na relação de dependentes da mãe ou do vigário, por quem, segundo as afirmações feitas posteriormente em um processo judicial, teria sido criada. É possível que nessa época, Thereza já estivesse casada e vivendo com seu marido, Joaquim Ribeiro da Silva Botelho, na fazenda do casal, motivo pelo qual nenhum deles consta, neste censo, entre os moradores da vila. Em 1938, Anna Jacintha teve a sua segunda filha, Joana de Deus de São José, mesmo ano em que também nasceu e foi batizado seu neto Joaquim, o segundo filho de Thereza, que já tinha uma filha, Theodora Jacintha Fortunata, nascida

dois anos antes. No registro de batismo, Joana, como sua irmã Thereza, não tem pai determinado, mas o seu padrinho é o coronel João José Carneiro de Mendonça, a quem se poderia atribuir um parentesco com a afilhada. Como no caso de Thereza, em que sua avó foi madrinha, a paternidade de Joana pode ser de algum dos filhos do coronel, entre eles o doutor João Carneiro de Mendonça, a quem o mito menciona como um dos amantes de Dona Beija.

Em 1845, morreu o padre Francisco José da Silva. Apesar da legislação colonial limitar a transmissão de bens para os filhos de fora do casamento, a legitimação em testamentos “era a forma que os pais, inclusive clérigos, tinham para garantir o futuro de seus filhos naturais” (Montandon, 2002, p. 34). Thereza e outros dois filhos, com diferentes mulheres, foram nomeados seus herdeiros. Anna Jacintha, que tinha relações estreitas com a família do padre, tendo, inclusive, batizado alguns de seus membros, o que, na época, era uma estratégia usada para estreitar as relações familiares e parcerias comerciais, também recebeu uma boa soma de dinheiro. As boas relações com famílias importantes poderiam explicar, em parte, o aparente sucesso financeiro de Anna Jacintha, “atribuído de forma simplista à prostituição, embora esta, como se viu, não estivesse totalmente ausente no rol de suas possíveis atividades” (Montandon, 2002, p. 36).

Thereza e o marido Joaquim morrem em 1852 e apenas três anos depois, 1855, Theodora, filha do casal e neta de Anna Jacintha, casa-se com o tio, o coronel Fortunato José da Silva Botelho, poderoso líder político local, irmão de Joaquim. Os casamentos entre parentes próximos eram frequentes, sendo realizados para atender aos mais diversos interesses. Com a morte dos pais de Theodora, ela e os seis irmãos, ao que tudo indica, foram morar com a família paterna, sendo, portanto, o seu casamento com o coronel Fortunato uma forma de “combinar tanto desejos genuínos de proteção como interesse pela manutenção das propriedades familiares” (Montandon, 2002, p. 37). Theodora, porém, morre ao dar à luz um ano depois, e como não tinha mais os pais vivos, nem descendentes, sua única herdeira legal é a avó, Anna Jacintha. Segundo a lei da época, o casamento seguia o princípio do regime de comunhão universal, ou seja, todos os bens do casal, inclusive aqueles conquistados pelo coronel Fortunato antes do casamento, deveriam ser herdados pela avó. Tentando driblar a lei, o coronel alegou

que, em seu leito de morte, Theodora teria manifestado de viva voz o desejo de que ele fosse seu único herdeiro. Esse suposto testamento, porém, foi considerado nulo, por não ter sido realizado dentro das condições exigidas na lei. Deste modo, iniciou-se uma briga judicial entre Anna Jacintha e o coronel Fortunato que durou por 7 anos, com a avó saindo vitoriosa, apesar de não existir nenhum documento que comprove o pagamento da quantia que o coronel passou a lhe dever.

Ao morrer, em 1873, seus bens somavam, de acordo com o inventário realizado em fevereiro do ano seguinte, oito contos de réis entre escravos, animais domésticos, móveis e imóveis, utensílios e objetos de cobre, ferro, ouro, prata e roupas. No seu testamento deixou expressa sua última vontade e manifestou seu desejo de ser amortalhada com o hábito de Nossa Senhora do Carmo e enterrada, se for possível, na Igreja Matriz sendo acompanhada pelos sacerdotes que estivessem no local, os quais lhe rezariam uma missa de corpo presente (Montandon, 2002, p. 42).

A autora comenta que, diferentemente do discurso estabelecido no mito do século XX, segundo o qual Anna Jacintha foi uma mulher à frente de seu tempo, o testamento é um bom exemplo de que ela foi, antes de tudo, uma mulher de seu tempo, enquadrada nos valores de seu tempo. A imagem da bela e sedutora cortesã que se desenvolve através da tradição oral pode ser explicada por alguns fatos, como a opção de Anna Jacintha de se manter solteira até a sua morte, o que na época já era em si uma transgressão. Segundo Del Priore (1995, p. 27), “adestrar a mulher fazia parte do processo civilizatório”, e o casamento era um dos mecanismos deste adestramento. A mulher sem a figura do marido se tornava desfrutável e muito próxima da “desclassificação social” (Montandon, 2002, p. 48). Soma-se a isso o fato de ser mãe solteira de duas meninas de pais diferentes, a mais velha, filha do vigário, o que adiciona mais um elemento ao imaginário popular. Apesar desta situação, como vimos, e, segundo afirma a autora, ser comum à época, representava mais uma série transgressão.

Por último, a briga judicial com o coronel Fortunato, numa sociedade capitalista e agropecuária e eminentemente masculina, desafiando o seu opositor publicamente e o vencendo legalmente, é uma subversão da ordem social que na época significava uma alteração perigosa nas relações de poder. Durante todos os anos de disputa, porém, esta

se deu estritamente pelas vias legais. A defesa do coronel Fortunato menciona o fato da lei impedir os pais de filhos sacrílegos herdar de seus filhos e vice-versa. Sendo a Thereza, mãe de Theodora, filha ilegítima do vigário, ficava quebrada a cadeia sucessória que beneficiaria a avó. Além disso, mencionam o fato de Thereza ter sido criada pelo pai, longe de Anna Jacintha, que, portanto, não poderia sequer chamá-la de filha. Chama a atenção, porém, que “em nenhum momento se fez alusão à (i)moralidade de Anna Jacintha, a outras relações ou possíveis atividades ilícitas do passado – exceto às que manteve com o vigário” (Montandon, 2002, p. 61), apesar das duas partes estarem empenhadas em vencer e das tentativas de desqualificação de Anna Jacintha como herdeira e ainda como mãe.

A autora conclui, portanto, que o personagem mitológico Dona Beija, do século XX, é fruto, em grande parte, da criação de seus autores a partir do texto do Major Sebastião Affonseca e Silva para o semanário local de Araxá, em 1915, cuja origem está nas características do momento histórico e político local que devem ser analisados, segundo ela, sob duas perspectivas:

a primeira, relacionada com a necessidade de legitimação por parte de um setor da classe média urbana que lutava por um espaço dentro de um sistema apoiado nas oligarquias agrárias; a outra, com o fortalecimento de uma identidade regional que aflorava com os preparativos para as comemorações, em 1916, do centenário da reincorporação da região do Triângulo Mineiro a Minas Gerais (Montandon, 2002, p. 67-68).

Deste modo, na opinião da autora, era necessária uma figura menos ortodoxa e fora das normas ditadas pela tradição e pelos costumes nos quais se fundava o poder daqueles a quem combatiam. Isso não significava que eles mesmos estivessem empenhados nesta ruptura com as normas, sendo necessário criar uma personagem que o fizesse, sem que isso implicasse num compromisso maior para seus criadores. Ainda que se tratasse de uma sociedade masculina e impregnada de religiosidade, naquele momento, uma mulher inadequada se encaixaria melhor do que a ordeira e certinha. Em uma época em que o depoimento oral conferia veracidade e dimensão real à história, Dona Beija ainda estava viva na memória do povo e dos informantes que poderiam avalizá-la. “Era, portanto, real e popular, encontrava-se firmemente instalada

na memória do povo, fazendo parte da tradição oral como portadora e transmissora de um discurso público” (Montandon, 2002, p. 71).

Para concluir, podemos observar que a história do mito de Dona Beija, criada no século XX, misturando fatos reais romanceados, com fatos ficcionais, apresenta diversas características que constituem o melodrama. A moça bela e pobre, vítima de uma grande injustiça, humilhada e rejeitada pela sociedade; que consegue reverter esse destino ao retornar vitoriosa, encarnando o sonho de justiça e ascensão social. Os livros de Thomas Leonards e Agripa Vasconcelos, baseados nos escritos de Affonseca e Silva, são a base para a sinopse criada por Carlos Heitor Cony, sobre a qual foi desenvolvida a primeira versão da novela, por Wilson Aguiar Filho. Para desenvolver a versão contemporânea, Daniel Berlinsky e Antônio Barreira também se basearam nesta história, com algumas diferenças importantes, porém, conforme veremos a seguir. Conforme já mencionamos, a telenovela é um reflexo da sociedade, dialogando com os interesses do seu público no momento de sua criação e exibição. Ao analisarmos brevemente a primeira versão de *Dona Beija* e a versão de 2024 de *Dona Beja*, pretendemos apontar as diferenças em sua dramaturgia e forma de produção e exibição, levando em conta as mudanças de espectatorialidade e a capacidade do produto de despertar o interesse do público atual.

3.2. A história romanceada de Dona Beija

Em linhas gerais, a trama de *Dona Beija*, apresentada nos livros e, consequentemente, em que se basearam as novelas de 1986 e de 2024, é basicamente a que se segue:

Beija é uma menina pobre, de beleza estonteante, que vive na cidade mineira de São Domingos do Araxá, no século XIX, e ama Antônio Sampaio, homem de família conservadora e tradicional. Quando o casal está prestes a se casar, Beija é raptada por Joaquim Ignácio Silveira da Mota, ouvidor do rei, que, em visita a Araxá, não consegue conter o desejo que a moça lhe desperta.

Depois de presenciar o assassinato de seu avô, Beija é raptada e levada à Vila de Paracatu, onde mora o ouvidor. Para vingar-se de Mota, serve aos homens que a

desejam, em troca de joias e ouro. Quando o ouvidor é convocado pelo imperador a voltar para a Corte, libera Beija, que a essa altura já havia juntado uma grande fortuna.

Ela parte de volta a Araxá, na esperança de reencontrar Antônio, mas, para sua decepção, o rapaz está casado. Deixando-se levar pelos boatos espalhados na cidade, ele acreditou que a fuga de Beija com o ouvidor teria sido por vontade da moça, e não compreendendo as atitudes da amada, casou-se com Aninha, moça delicada que sempre o amou.

Com a recusa de Antônio, e o julgamento que sofre por parte de todos os moradores da cidade, que a tratam como prostituta, Beija promete não amar a nenhum outro homem, fundando a Chácara do Jatobá, um refinado bordel onde ela se transforma num mito como cortesã, escandalizando todas as famílias conservadoras. Seu maior objetivo, porém, é ferir Antônio.

A chácara prosperou e Beija se tornou poderosa, envolvendo-se com João Carneiro de Mendonça, sem se esquecer de Antônio, o homem de sua vida. Uma noite, Antônio invade a Chácara do Jatobá e Beija termina dormindo com ele, engravidando. Ela dá à luz uma menina, Thereza, mas Antônio não abandona Aninha, por causa de um pedido de seu pai no leito de morte. Aninha, porém, sabendo que o marido preferia Beija, nunca foi feliz.

Após a morte do pai, Ceci, a mãe de Antônio, passou a cultivar um ódio profundo por Beija, acreditando que ela é a causa dos desregramentos do filho, que não aceita o sucesso de Beija com os outros homens e abandona o trabalho na fazenda da família. Um dia, Ceci dá veneno a um dos escravos de Beija, para que este a mate, mas querendo ter Beija em seus braços, o escravo muda de ideia e lhe conta a verdade. Beija o aceita na cama e ele salva a sua vida. Como vingança, Beija ordena que matem Antônio, mesmo ainda o amando. Por esse motivo, é levada à justiça, mas acaba sendo libertada com a ajuda dos seus fiéis amigos. Por fim, Beija decide partir de Araxá com a filha.

Podemos observar que, na trama acima, é omitida a figura do padre Francisco José da Silva, pai de Thereza, primeira filha de Beija. Essa figura é substituída por Antônio Sampaio, o grande amor de Beija, mas, ao mesmo tempo, uma espécie de antagonista na parte final da trama, em que Beija acaba por mandar matá-lo.

Montandon (2002) observa que não há nenhum documento real que ateste sobre a veracidade desse crime, supostamente cometido por Beija, nem ao fato dela supostamente ter respondido judicialmente. Nem mesmo na ocasião do processo movido contra o coronel Fortunato, em que a outra parte se utiliza de diversos fatos da vida de Anna Jacintha como forma de defesa, levantando o seu envolvimento com o padre, e a sua ausência como mãe. A autora considera que se Anna Jacintha estivesse envolvida em algum processo relativo ao suposto assassinato, mesmo que considerada inocente, esse fato também teria sido utilizado pelos advogados do coronel.

Outro fato sem nenhuma comprovação histórica, mas que foi mantido tanto na telenovela de 1986 quanto na nova versão, é o rapto da moça por parte do ouvidor, que funciona como incidente incitante⁶⁴ da trama. É do rapto que derivam todas as circunstâncias que cercam a vida da personagem do romance e da telenovela. A violência sofrida por Beija, agravada pela rejeição de toda a sociedade araxaense, que não acredita que a menina tenha sido levada pelo ouvidor contra a sua vontade, justifica o comportamento desviante da personagem. A partir do seu retorno a Araxá, ela começa a ser tratada pelas mulheres da cidade como prostituta. Daí surge a emblemática frase proferida por Beija a Severina, sua amiga e confidente, criada por Wilson Aguiar Filho para a versão de 1986 e reproduzida na de 2024, quando Beija desiste de tentar se enquadrar no modelo de mulher esperado pela sociedade: “— Já que o mundo fez de mim uma mulher-dama, vou fazer do mundo um bordel.”

Segundo Montandon (2002), não foram encontradas evidências documentais, nem deste evento, nem da permanência do ouvidor e de Beija em Paracatu do Príncipe, para onde ela teria sido levada e onde teria vivido por quase dois anos. Existem estes dois personagens reais, cujos nomes aparecem nos registros, mas “as circunstâncias que os relacionam, são imaginárias, ou podem pertencer a outras histórias e outros lugares, e tendo sido inseridas para iluminar ou preencher lacunas que existem no período inicial da vida de Anna Jacintha” (Montandon, 2002, p. 163).

Por último, e mais importante para a nossa pesquisa, está a suposta inclinação racista da personagem, presente nos manuscritos de Sebastião de Affonseca e Silva e

⁶⁴ É o primeiro grande evento da narrativa, que coloca a trama em movimento. É a causa de tudo o que acontece a seguir (McKee, 2013, p. 176).

reproduzida nas obras de Leonardos e de Vasconcelos. A começar pela aparência física da personagem, descrita inicialmente com olhos azuis, cabelos pretos, pele clara e aveludada, imagem que foi sendo lapidada por Affonseca e Silva ao longo de outras anotações, em que foi “acrescentando ou retirando as características que seu gosto e devaneios lhe ditavam. Os cabelos foram clareando até passar a pretos-castanhos e finalmente, aloirados” (Montandon, 2002, p. 121), características relacionadas muito mais às preferências de seu idealizador do que ao que se tem documentado.

O Censo Provincial de 1832 é o único registro da aparência física de Anna Jacintha e a descreve apenas como branca. O passado colonial e escravista legou ao Brasil dos brancos os padrões morais e estéticos ou modelos dominantes do colonizador. O padrão de beleza europeu, conferido a Beija, portanto, está relacionado a esse passado. Para ser aceita, ainda que prostituta, deveria ser branca, de preferência loira, tornando-se, assim, objeto de desejo de uma classe média em ascensão. Em seus manuscritos, Affonseca e Silva descreve o meio social de Araxá nos tempos de Dona Beija como formado em sua maioria por negros e mulatos, “gente a quem uma suposta origem nobre da moça, levava a detestar”. Essa posição, transferida para a sua criação, reflete o posicionamento do autor, que segundo Montandon (2002), torna-se “público e explícito” em um folheto publicado por volta da década de 1930, em que expõe suas teorias sobre “tublodismo, suposto neologismo que, deveria ser introduzido na língua brasileira para exprimir os resultados da miscigenação e as individualidades dos mestiços, mulatos, cabritos, caboclos, como portadores de dois sangues” (Montandon, 2002, p. 122). O termo, explica a autora, é derivado da associação das palavras *two* e *blood* que significam dois e sangue, respectivamente, produzindo “tublode”.

Deste modo, o suposto comportamento discriminatório da personagem acabou explorado de forma acentuada, na literatura, uma vez que essas notas foram a fonte de inspiração de quase todos os escritores para criar a protagonista de seus romances, nos quais se baseiam as duas versões da telenovela. Tanto na obra de Leonardos, quanto na de Vasconcelos, diversos trechos exemplificam o comportamento racista de Beija, como no trecho a seguir:

As condições preliminares (para se entrar na chácara de Beija) eram: que não residissem no Araxá, nem em suas redondezas; que solicitassem, com uma antecedência mínima de dois dias, autorização para serem recebidos no Jatobá; que viessem bem trajados; que fossem brancos (pois a senhora tinha preconceitos racistas); que pagassem à vista e à entrada, a taxa fixa de duzentos mil-réis (Leonardos, 1986, p. 95).

Outra passagem do livro conta a história de um suposto sr. Sotério Ribeiro Rosa, um dos chefes do partido conservador que, apesar de “opulento capitalista e possuidor de inúmeros escravos”, era “um tublode, do primeiro cruzamento, cabelos bastante crespos”. Sabendo que Beija, segundo a história, era muito seletiva na escolha de seus parceiros, e temendo uma recusa, envia um portador com um presente, “um rico e custoso corte de seda, em uma salva de prata lavrada, que representaria quatro ou cinco vezes a taxa exigida de 200 mil-réis” para tentar conseguir a simpatia de Beija, que recebe o emissário, acreditando tratar-se de algum pedido político, uma vez que, “era de costume dos dois partidos valerem-se do seu prestígio perante o eleitorado.” Ao compreender, porém, as reais intenções do sr. Sotério, Beija, “visivelmente contrariada, não tocou no presente para ver o que era, e em verdadeiro estado colérico, aponta para a porta da saída do salão, e diz ao emissário: — Volte e diga ao seu senhor que eu não recebo homens de cor!” (Leonardos, 1986, p. 101-102).

A passagem mais chocante, porém, está no livro de Agripa Vasconcelos. Em conversa com o avô, personagem do qual também não se tem nenhum registro histórico, Beija, ainda criança, é questionada por não gostar de gente preta, mas gostar de Moisés, um dos escravizados da família. A menina retruca dizendo que “Moisés não é negro! Moisés é bom.” O livro justifica que, como Beija “não fôra criada com mães-pretas, traía reserva sobre os negros, de que tinha mês” e que “talvez a mãe a amedrontasse com os negros, para se portar bem. Contava-lhe histórias de pretos ladrões, pegadores de meninos” (Vasconcelos, 1985, p. 69). Em seguida, quando o avô, por algum motivo fútil, decide punir Moisés com o açoite, a menina assiste a tudo, sentindo prazer. Quando o avô finalmente termina o castigo, segue-se a seguinte passagem:

O preto se ergueu, encolhido, com os braços cruzados, apertando o corpo. No seu rosto contraído sentia-se a dor, via-se a carne machucada pelo

rebenque. Ele desceu devagar a escada, com a cabeça baixada sobre o peito. Caminhava como um fantasma, descia o terreiro, entrou no moinho. Bêja então chegou-se ao avô, que ainda resfolegava. Assistira a tudo, impassível e, quando o escravo ajoelhou, louco de dor, ela sorrira, satisfeita. Foi um pouco sem graça que perguntou:

- Vô Padrinho, por que bateu em Moisés?
- Porque mereceu apanhar.

Houve um silêncio e ela, com poucas palavras,

- Por que não bateu mais nêle, Vô Padrinho?
- Porque bastou. Você teve pena de Moisés?

Ela, indecisa, brincando com as barbas brancas do velho:

- Tive... mas achei bom ver ele apanhar...
- Achou bom por que, minha neta?
- Porque é bom ver os outros sofrendo castigo. Que cara ele fêz, hein, Vô?
- Foi a dor, netinha.

Ela, falando como se fosse a pessoa ausente:

- Gostei de ver o chicote ferir Moisés. Gostei de ver sangue!

Foi ficando exaltada, parlante:

- Escravo é para apanhar mesmo, não é, Vô? Saiu muito sangue.

Seu rosto estava iluminado, parecia feliz. O avô fechou os olhos, acomodando-se na rede. Os olhos de Bêja fulguravam tanto que aquela ato bestial pareceu, para ela, vir do céu. Estava cheia de bem-estar.

- Achei tão bom...

Na mocinha de 13 anos, a violência de uma surra fizera bem. Alegrara-se. A hora do jantar, viu Moisés na cozinha. Achou delicioso ver sua orelha inchada, com uma placa de sangue coagulado. O próprio silêncio do escravo agradava-a, como um prato de doce ou um banho morno em dia de chuva. A noite, na cama, ao se lembrar da figura magra do negro, de pé no meio da varanda, sofreu calafrios agradáveis. Seus gemidos plangentes não lhe saíram da cabeça; ela os gozava devagar, como sensação nova de contentamento profundo, que se esforçava por não deixar desaparecer (Vasconcelos, 1985, p. 79).

Ambas as versões da novela se basearam nos textos do Major Sebastião Affonseca e Silva e nos livros de Leonards e Vasconcelos. Na versão de 1986, os personagens têm perfis mais parecidos e valores mais próximos do texto fundador. Já a versão de 2024, como veremos a seguir, busca criar uma conexão com valores mais condizentes com a contemporaneidade, reinventando o passado, tornando-o mais inclusivo, através da afirmação de uma identidade negra igualitária, e um maior protagonismo feminino, sem levar tanto em consideração o contexto histórico dos anos 1800 no triângulo mineiro. A exemplo de séries atuais, como *Bridgerton* (2020), a showrunner estadunidense Shonda Rhimes cria um mundo fictício, sem o compromisso com a acuidade histórica, permitindo que espectadores se identifiquem com personagens de múltiplas etnias, fugindo das características eurocêntricas, em torno da cultura visual eletrônica (Siciliano, Aucar, Moratelli; 2024).

3.3. *Dona Beija* x *Dona Beja* – a atualização da trama de 1986 para 2024

Já mencionamos no decorrer desta pesquisa que a telenovela, principal produto audiovisual brasileiro, tem suas raízes no melodrama, no folhetim e nas novelas de rádio. Do rádio, como vimos no capítulo 2, herdou o fato de se apoiar bastante no texto falado, da música e os efeitos sonoros, serem, muitas vezes, mais importantes do que a imagem, ajudando a manter a atenção do espectador, muitas vezes envolvido em outras atividades, enquanto assiste/ouve TV. Mas é em relação ao folhetim e ao melodrama que *Dona Beija* mais se identifica. A trama já nasce pronta em formato de folhetim, já que o texto fundador foi publicado em 1915 no jornal local araxaense, contado em partes e deixando situações em aberto a serem resolvidas na parte seguinte, os ganchos narrativos, que mantêm o interesse do leitor para continuar no dia seguinte. Por fim, apresenta uma trama com excesso sentimental e intensidade, a dramatização dos sentimentos, a injustiça cometida contra uma inocente, um amor impossível, e diversos elementos típicos do melodrama (Brooks, 1995). Estreando em 31 de março de 1986, no horário das 21h30, com 77 capítulos, a novela foi reprisada pela Rede Manchete em duas ocasiões, em 1988 e em 1992.

Na cena de abertura do primeiro episódio⁶⁵, o avô de Beija, João Alves, chicoteia Bernarda, pois a filha está grávida, sem ser casada. O avô quer saber o nome do homem que engravidou a filha e ameaça matá-la, dizendo que ela não é mais sua filha. O capítulo segue com a avó de Beija no leito de morte, pedindo que o marido perdoe a filha e aceite a neta que vai nascer. A avó morre e, em seguida, nasce Beija. Com o nascimento da criança, o avô resolve que deverão se mudar, para escapar dos comentários, partindo assim para São Domingos do Araxá. Logo depois da chegada, aos 11 minutos do capítulo, é apresentada uma cena da venda de escravizados na praça do povoado, que são apresentados como mercadoria. A novela tem uma abordagem com acuracidade histórica, apresentando hábitos da sociedade à época, abusando de cenas que retratam práticas escravocratas.

Ainda no episódio 1, aos 17 minutos, ocorre uma adaptação da passagem reproduzida acima, do livro de Vasconcelos. O avô de Beija pune um menino

⁶⁵ Capítulo 1 disponível no YouTube em <https://youtu.be/B26GgHwnyaw?si=YzDwYgBgyOc9f7Fp> ou https://youtu.be/RFttFqE_OfA?si=KtXgIdV6r1nQtC_y.

escravizado que ele pegou espiando Beija, já mocinha, enquanto ela tomava banho nua na cachoeira (hábito repetido diversas vezes no decorrer da novela). Sem trilha sonora, utilizando-se apenas do efeito sonoro de batidas do coração, e o barulho do açoite, a cena mostra a Beija menina, que assiste o avô punir o menino, apresentado em cenas anteriores como um personagem que, apesar de escravizado, tem grande proximidade com a família. A mãe de Beija se aproxima da menina e tenta cobrir seus olhos, impedindo que ela testemunhe a violência, mas a menina resiste e insiste em assistir com expressão de prazer: “— Não, mãe, eu quero ver. Eu gosto.” Neste momento, é introduzida uma trilha sonora que se assemelha à de uma caixa de música, dando um tom infantil, porém perverso ao final da cena.

Figura 6: Frames capturados da novela Dona Beija (1986), do Youtube.com



Fonte: Youtube⁶⁶.

⁶⁶ <https://youtu.be/B26GgHwnyaw?si=YzDwYgBgyOc9f7Fp>. Acesso em: 15 jun. 2025.

No episódio 6⁶⁷, em torno dos 36 minutos, situação semelhante se repete. Beija, já adulta, parece sentir prazer ao presenciar o padre Mello Franco castigar um escravizado que tenta roubar uma pedra no seu garimpo.

Figura 7: Frames capturados da novela Dona Beija (1986), do Youtube.com



Fonte: Youtube⁶⁸.

Ao final da vida, a Anna Jacintha real, segundo seu testamento, possuía escravizados, fato que, apesar de inerente à época e aos costumes em que a personagem viveu, quando retratado em uma trama contemporânea, certamente causará antipatia pela personagem, assim como toda a prática escravocrata. Utilizar e normalizar tal situação, tanto na trama de 1915, nas obras literárias de 1958, mas, sobretudo, na telenovela de 1986, revela muito sobre a época de sua realização. Se a vida da personagem retratada, pela ausência de documentos históricos, é em grande parte romantizada, como reforça a atriz Maitê Proença, que interpretou a personagem, ao declarar em matéria da revista *Manchete*, que Dona Beija “não está presa a acontecimentos históricos definitivos, o que permite uma maior liberdade de criação” (Revista Manchete, 1985⁶⁹), não havia necessidade dos autores de se prenderem a fatos,

⁶⁷ Dona Beija 06 - Full HD - 1080p (Versão SBT), 16 set. 2022. 1 vídeo (44min17s). Disponível em: https://youtu.be/E9W_8DhfL0?si=cMjJizwPpp-0o8gT. Acesso em: 22 mai. 2025.

⁶⁸ https://youtu.be/E9W_8DhfL0?si=cMjJizwPpp-0o8gT. Acesso em: 15 jun. 2025.

⁶⁹ Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional.

Disponível em:

<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=004120&pasta=ano%20198&pesq=dona%20beija&pagfis=235177>. Acesso em: 29 jun. 2025.

podendo desenvolver uma obra mais adequada aos valores morais do final do século XX. “A interpretação e os questionamentos do público estão baseados em discussões contemporâneas e exprimem uma preocupação sobre o impacto das representações audiovisuais no imaginário social” (Siciliano; Aucar; Moratelli, 2024, p. 146). Tais representações, porém, ao que parece pelos índices de audiência apresentados, não incomodaram nem afastaram o público que assistiu a novela em meados da década de 1980 e, posteriormente, suas reexibições. A novela estreou com 24 pontos no Rio de Janeiro, maior índice apresentado pela emissora em termos de produção nacional e dramaturgia, conquistando para a TV Manchete, em sua primeira semana, “não apenas o segundo lugar de audiência no Rio, mas um público mais numeroso do que o conquistado pela TVE, Bandeirantes, Record e TVS juntas”⁷⁰ (Jornal do Brasil, 1986a⁷¹).

Não é objeto desta dissertação estendermos o debate sobre a importância ou não de se mostrar, como forma de denúncia, os fatos históricos conforme ocorreram, por mais violentos que sejam. Se por um lado pode-se alegar que as representações audiovisuais podem ser usadas para resgatar histórias silenciadas e promover debates sobre igualdade e direitos civis, uma outra visão mais atual considera que, apesar da acuidade dos fatos históricos, ao replicarmos a violência cometida contra a população negra escravizada, corremos o risco de normalizar essa violência. Segundo a historiadora Ana Lucia Araújo (2014, p. 261), apesar da apresentação das punições físicas retratadas em filmes terem um papel esclarecedor como forma de compreensão da escravidão, “coloca homens e mulheres escravizados em uma posição indefesa, negando-lhes qualquer tipo de protagonismo e meios de resistir aos horrores da escravidão”. A pesquisadora Gabriela Barreto de Sá critica o filme *Doze anos de escravidão*⁷² por apostar “na incansável exposição de corpos negros desnudos, dilacerados pelo trabalho degradante e por castigos desumanos e excessivos”, observando que “tentativas de reconstrução midiática do passado escravista correm o

⁷⁰ Emissoras de TV linear abertas da época. A TVS é o atual SBT.

⁷¹ Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Documento número: 6127.

⁷² Filme de 2013 dirigido pelo diretor britânico Steve McQueen, baseado no livro homônimo que conta a história real de Solomon Northup, um negro livre, que é capturado em uma emboscada e vendido como se fosse um escravizado.

risco de apresentar versões acríticas e transformar a história em mera mercadoria voltada ao entretenimento” (Sá, 2013, p. 275). Saidiya Hartman (2020, p. 20) analisa como a violência contra corpos negros é registrada em arquivos históricos de modo a reduzir pessoas escravizadas a vítimas passivas ou objetos de horror, comentando que “rituais de tortura, os espancamentos, enforcamentos e amputações consagradas como lei”, eram espécies de performances que convertiam o terror em prazer, numa “economia libidinal da escravidão”. Para a autora, retratar tais práticas é replicar a “gramática da violência” (Hartman, 2020, p. 18), restringindo as possibilidades de subjetivação, narração e reconhecimento dos sujeitos historicamente subalternizados. Ela defende a importância de se retratar, não apenas a escravidão, mas expor as continuidades históricas do racismo, “escrever nosso agora enquanto ele é interrompido por esse passado e para imaginar um estado livre, não como o tempo antes do cativeiro ou da escravidão, mas como o antecipado futuro dessa escrita” (Hartman, 2020, p. 17).

Assim, conforme comenta Barreto de Sá, a recriação de cenas retratando o sofrimento de seres humanos negros induz à construção de consciências históricas coletivas e individuais forjadas a partir de tais pontos de vista, relatando que, em 2006, o Ministério Público do Estado da Bahia iniciou inquérito civil e realizou audiências públicas para apurar o racismo presente na telenovela *Sinhá Moça*, exibida à época pela Rede Globo. Durante audiência pública realizada com a presença de historiadores, antropólogos e sociedade civil, professores do ensino básico relataram que durante o período de exibição da novela as crianças apresentavam comportamentos e opções de diversão violentas, marcadas pela teatralização do que era visto na televisão.

Assim, por exemplo, eram comuns casos de brincadeiras que simulavam o castigo no tronco e, mesmo entre crianças negras, a representação da figura do feitor era sempre a mais disputada pelas crianças. Exibida no horário de 18 horas o folhetim apresentava cenas fortes de violência, mutilação e até mesmo morte de negros escravizados em decorrência dos castigos. Dentre os presentes a audiência pública, eram comuns relatos de que as cenas provocavam revolta e depressão naqueles que reconheciam sua ancestralidade no povo negro escravizado. Porém, eram igualmente frequentes relatos no sentido de que as cenas eram tristes, mas que infelizmente o sofrimento parecia ser a única história e sina do povo negro (Sá, 2003, p. 277).

Essa demonstração do poder midiático da telenovela da TV aberta, que precisa criar uma mediação entre o que o público quer assistir, com assuntos que estão latentes na sociedade. Assuntos que, segundo Svartman (2023), o público talvez ainda nem sabe que quer assistir ou debater. Ainda que se tenha muitos exemplos de produtos de sucesso que abordaram temas polêmicos e complexos, essa mediação se dá através da aceitação do público, medida através de índices de audiência que podem, muitas vezes, mudar os rumos da trama. A telenovela é, portanto, uma representação dos valores da sociedade na ocasião do seu lançamento e exibição, propondo discussões e trazendo novas configurações. O que vai determinar, porém, a manutenção ou não do caminho escolhido pela emissora é a recepção e o retorno por parte do público. Assim, apesar de concluirmos que a narrativa de *Dona Beija* em sua versão de 1986 agradou à audiência, como comprovam as matérias publicadas nos jornais da época, dificilmente uma versão contemporânea teria êxito com abordagem semelhante, julgada sob o viés da sociedade do século XXI. Como veremos a seguir, de acordo com o relato do autor da novela, foi necessário um olhar atento para que *Dona Beja*, a exemplo de obras como *Bridgerton*, pudesse dialogar de forma mais adequada com o público do século XIX.

Hartman (2020) propõe a fabulação crítica como método para imaginar e reconstruir subjetividades apagadas, preenchendo lacunas com rigor e ética, para dar voz a quem foi silenciado. Uma escrita “indisciplinada” da história:

O esforço para reconstruir a história do dominado é normalmente interrompido pelos relatos dominantes ou pela história oficial, e implica em uma luta dentro e contra os limites e silêncios impostos pela natureza do arquivo - o sistema que governa declarações e gera significado social⁷³ (Hartman, 2022, p. 13).

A personagem Dona Beija é baseada na transmissão oral, uma vez que há poucos registros oficiais disponíveis. No texto fundador, publicado em *O Correio de Araxá*, as lacunas da narrativa foram preenchidas levando em conta os interesses e crenças do seu criador. A versão de 2024 parte da mesma trama central, mas as lacunas

⁷³ Tradução nossa.

foram preenchidas levando em consideração os valores e anseios da sociedade contemporânea dos anos 2020.

A série *Bridgerton*, cuja primeira temporada estreou na Netflix em 2020, baseia-se na especulação de que a rainha Charlotte de Mecklemburgo-Strelitz, que se casou com o rei George III da Inglaterra, faria parte de um ramo negro da família real portuguesa. A partir deste fato, a *showrunner* Shonda Rhimes cria uma realidade alternativa na qual a elite inglesa no século XIX seria composta por mulheres e homens negros e brancos, sem diferenças raciais e sem fazer referências à escravidão. A série tornou-se um dos maiores sucessos da Netflix e sua terceira temporada estreou em 16 de maio de 2024, acumulando 91,9 milhões de visualizações em menos de dois meses, chegando à 10^a posição de séries em inglês mais vistas de todos os tempos na plataforma (O Globo, 2024). Aos críticos em relação ao seu anacronismo, Rhimes cita que a repetição de padrões de “branquitude de personagens, com biótipos sempre semelhantes, criam imagens de sociedades falsas, pouco representativas, sem a pluralidade étnica existente no mundo real”. A autora é conhecida por tentar promover em suas séries um equilíbrio entre personagens importantes negros e brancos, permitindo mais identificação do público com personagens de diversas etnias. Ao reinventar o passado, altera a “representação étnica de um grupo, antes relegado à invisibilidade ou atado às narrativas sobre a escravidão” (Siciliano; Aucar; Moratelli, 2024, p. 138).

A versão de *Dona Beja* de 2024⁷⁴, segundo um de seus autores, Daniel Berlinsky, tem uma grande preocupação com a inclusão, em todas as formas, as questões raciais, a sexualidade e os padrões de beleza vigentes. Em entrevista para essa pesquisa, Daniel conta que a encomenda feita por Mônica Albuquerque, Head de Conteúdo da Max, à época, foi para que trouxessem a história para “os olhos da sociedade de hoje”. A primeira grande mudança sugerida foi a de que os dois vértices masculinos do triângulo amoroso composto por Antônio Sampaio (David Junior), João Mendonça (André Luiz Miranda) e Beja (Grazi Massafera) fossem personagens pretos.

⁷⁴ A versão contemporânea é sem a letra i, ou seja, *Dona Beja*. Como ainda não há uma definição da Max sobre a data de lançamento, optamos por utilizar o ano de 2024, uma vez que é quando se encerra a produção.

O autor comenta que uma das perguntas que ele fez à sua equipe foi: “— Como a gente pode mostrar o negro no século XIX sem repetir o padrão de mostrar o negro no cativeiro? Não é possível que não haja outro olhar.” Segundo ele, a equipe descobriu que “não só há, como é histórico. E nunca se mostra⁷⁵”. A mudança foi apoiada pela pesquisa histórica de Alana Mendonça e Jorge Santana, e consultoria de diversidade de Jaque Conceição, que deram apoio à criação, trazendo a base teórica, essencial para uma obra de época. Segundo informações da pesquisa realizada, em 1800, já havia muitos escravizados no Brasil que tinham comprado sua liberdade. O primeiro censo demográfico, realizado em 1872, quando o Brasil ainda era uma monarquia, governada por Dom Pedro II, apontou um número total de 9.930.478 de habitantes, dos quais 58% foram declarados pretos ou pardos, 38% apareceram como brancos e 4% foram descritos como indígenas. Ainda segundo o levantamento, em torno de 15% desta população era composta por escravizados (Westin, 2022; Souza, 2013). Deste modo, os pesquisadores consideraram que três em cada quatro negros que viviam no país se encontravam em liberdade, fato constantemente ignorado nas ficções televisivas brasileiras. Desta forma, assim como em *Bridgerton*, a partir de registros oficiais foi criada uma trama com famílias de cor preta formadas por fazendeiros, advogados e artistas, bem-sucedidos e integrados à sociedade local.

Antônio é neto de Lueji (Elisa Lucinda), personagem inexistente na trama original. Nascida livre no Quilombo do Ambrósio, que realmente existiu, sobrevive, ainda criança, a um ataque que destruiu o quilombo, sendo resgatada e acolhida pela Irmandade Nossa Senhora das Mercês. Anos mais tarde, ela encontra ouro e diamantes nas minas da região, utilizando os seus lucros para comprar a alforria de muitos escravizados. Esta história pregressa da família Sampaio, segundo consta na bíblia desenvolvida pelos autores para a Warner Bros. Brasil em janeiro de 2023, é baseada em fatos reais, uma vez que, especialmente na região mineradora onde a novela é ambientada, surgiram muitas oportunidades para os escravizados conquistarem a própria liberdade.

⁷⁵ Entrevista para a dissertação realizada em 3 de agosto de 2024.

Figura 8: Fotos de divulgação da novela *Dona Beja* (2026) com os atores Grazi Massafera, André Luiz Miranda e David Junior, e André Luiz Miranda e David Junior.



Fonte: O planeta TV⁷⁶ e Novelão⁷⁷.

O filho de Lueji, o coronel Paulo Sampaio (Bukassa Kabengele), pai de Antônio, nasceu livre e se casou com Ceci (Deborah Evelyn), uma mulher branca. Membro do partido Conservador, apesar de abolicionista, apoiam a Monarquia, acreditando que o caminho para a conquista da liberdade dos escravizados sejam as vias legais e políticas. Antônio vai estudar Direito e deseja entrar para a política. Já os pais de João, José Mendonça (Luciano Quirino) e Josefa (Thalma de Freitas), também já nasceram livres graças a Lueji, mas são Liberais e desejam o fim da Monarquia.

Enquanto os Sampaio são totalmente integrados à sociedade, sendo aliados dos grandes líderes políticos locais, como o Coronel Botelho (Werner Schunneman) e o Coronel Felizardo (Tuca Andrada), de quem Ceci é irmã. Os Mendonça são tolerados, sofrendo um certo preconceito dos outros coronéis, talvez por estarem em um espectro político diferente. As duas famílias são amigas, e, quando crianças, os meninos brincam juntos. As circunstâncias da vida e da política, além da disputa pelo amor de Beja, acaba por afastá-los. Antônio e João, segundo os autores da novela, foram baseados em personagens históricos, como Joaquim Nabuco, Luiz Gama, José do Patrocínio, André Rebouças, Maria Firmina dos Reis, Mestre Valentim, Padre José Maurício e Luisa Mahin – entre muitos outros que tiveram grande participação no cenário intelectual e político da época, mas que permanecem pouco conhecidos do grande público.

⁷⁶ <https://oplanetatv.clickgratis.com.br/noticias/bastidores/remake-de-dona-beja-na-max-tem-previsao-de-estreia-para-o-segundo-semestre-de-2025-ou-2026.html>. Acesso em: 15 jun. 2025.

⁷⁷ <https://onovelao.com.br/apos-beleza-fatal-max-apostara-em-historia-de-epoca-estrelada-por-grazi-massafera/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

Logo no primeiro capítulo, quando Antônio é ainda criança, pouco antes de morrer, sua avó Lueji o chama e declara que: “Enquanto houver um negro cativo, nenhum de nós será livre. Todo mundo merece ser livre”⁷⁸. O legado de sua avó, uma heroína para o seu povo, responsável pela libertação de muitas pessoas pretas do cativeiro, cria em Antônio um grande senso de responsabilidade. Apesar de apaixonado por Beja, Antônio vai para a capital estudar Direito, deixando o casamento para a sua volta. Depois do rapto de Beja, é o senso de responsabilidade com a sua causa e o medo de perder o apoio dos fazendeiros conservadores, que impede Antônio, apesar de apaixonado, de aceitar Beja de volta. A reputação da moça poderia atrapalhar os seus objetivos políticos.

João, por sua vez, também vai estudar Direito no Rio de Janeiro, mas não acredita que sua atuação deva ficar limitada às vias legais, juntando-se a um grupo insurgente abolicionista e antimonarquista. Na obra, portanto, independente das posturas abordadas pelos personagens, fica claro que ambos assumem o protagonismo na sua luta, e, deste modo, é promovido um importante equilíbrio entre a denúncia e a reinvenção, deslocando o foco do sofrimento causado pela escravidão para a atuação na resistência negra.

A questão do empoderamento feminino está presente na versão original, mas de uma forma menos aprofundada, apoiando-se no fato de Beja ser uma protagonista feminina lutando com as armas que tem em uma sociedade patriarcal dos anos 1800. É ela quem escolhe o homem com quem vai se deitar na Chácara do Jatobá e essa decisão é respeitada por todos, mas ainda que a sua nudez seja um ato de liberdade, cada banho de cachoeira é uma forma de atrair o público que, como mostram as matérias da época, ficava esperando pela próxima aparição da atriz Maitê Proença.

⁷⁸ Trecho extraído da versão final do Cap. 01 de *Dona Beja* (Berlinsky et. al; 2023).

Figura 9: Foto de divulgação da novela Dona Beija (1986), publicada na revista Manchete, com a atriz Maitê Proença



Fonte: revista Manchete⁷⁹.

O forte, na novela da Manchete, é a trama amorosa, com fartas pitadas de erotismo. Na semana de estreia, Maitê Proença apareceu com os seios nus em três cenas. Na primeira, ela se banhou numa cachoeira, a metros da câmera. Depois, se untou com a lama medicinal de Araxá, já mais próxima do espectador, mas de lado. Na terceira cena a atriz se mostrou bastante, abraçando Gracindo Jr. O erotismo de Dona Beija, que não teve nada de chocante nos capítulos da semana passada, deverá aumentar ao longo da novela. O crescimento do erotismo é uma decorrência natural da própria história de Beija - mulher que realmente existiu - e do roteiro escrito por Wilson Aguiar Filho (Veja, 1986⁸⁰).

Na entrevista realizada por nós, Berlinsky (2023) revela que o tema que guiou os autores na construção da sinopse da novela foi não apenas o empoderamento da mulher, mas o “empoderamento do feminino, que há em todo mundo⁸¹”. Segundo o autor, conforme a história foi se desenvolvendo, percebeu-se que o empoderamento se manifestava nos diversos núcleos da novela: “Tinha o empoderamento da Josefa, uma

⁷⁹<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=004120&pasta=ano%20198&pesq=dona%20beija&pagfis=237987>. Acesso em: 29 jun. 2025.

⁸⁰ Banco de dados TV Pesquisa. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br>. Acesso em: 20 jun. 2025.

⁸¹ Entrevista para a dissertação realizada em 3 de agosto de 2024.

negra livre, mas que foi obrigada a dar o talento para o marido” – Josefa pintava quadros, mas por ser mulher e negra, não podia assumir seus dons artísticos. Ela foi casada com um homem branco que, em comum acordo, assinava os quadros para que pudessem comercializá-los. Com a morte do marido, ela se casa novamente, desta vez com um homem negro, José Mendonça, culto e refinado, um brilhante advogado acostumado a vencer as causas de que participa. O irmão do falecido marido de Josefa tenta reaver o dinheiro das obras vendidas, uma vez que seriam de sua autoria, fazendo com que Josefa precisasse assumir e comprovar o seu talento para vencer a disputa.

Mendonça e Josefa são os pais de João e são tão companheiros um do outro que, no final da vida, quando percebem que o seu casamento se tornou amizade, Mendonça permite que Josefa se encontre com seu amante em sua própria casa.

Figura 10: José Mendonça (Luciano Quirino) e Josefa (Thalma de Freitas), na versão de 2024, e Josefa (Maria Isabel de Lizandra) e Avelino (Jayme Periard), na versão de 1986.



Fonte: jornal O Globo⁸² e perfil Memória Dramatúrgica por Eduardo Conceição⁸³.

Outra personagem símbolo é Carminha (Catharina Caiado), uma personagem pequena na novela original, que na nova versão representa a aceitação do corpo fora do padrão. O autor comenta que “o feminino aceita qualquer corpo, uma mãe aceita

⁸²<https://oglobo.globo.com/play/novelas/noticia/2023/12/09/thalma-de-freitas-e-luciano-quirino-voltam-a-trabalhar-juntos-e-vivem-casal-em-dona-beja.ghtml>. Acesso em: 15 mai. 2025.

⁸³ <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3082235048718310&set=a.2608438082764678>. Acesso em: 15 mai. 2025.

qualquer filho. Quem fica dizendo sim e não, é o olhar patriarcal masculino⁸⁴”. Apesar das críticas da própria mãe, Augusta (Kelzy Ecard), que pega no pé da filha por seu excesso de peso, dizendo que desse jeito ela nunca vai se casar, Carminha descobre o desejo e o prazer sexual com Honorato (Gabriel Godoy), o mendigo maltrapilho de Araxá, que se revela um príncipe de modos refinados por causa do seu passado de herdeiro de família rica. A personagem Severina (Pedro Fasanaro), que na trama original é uma escravizada (Julcileá Telles) a quem o ouvidor incumbe de cuidar de Beja, tornando-se uma grande amiga e confidente, na versão atual torna-se uma mulher trans. Quando Beja chega em Paracatu, Severina está prestes a ser queimada na fogueira pelo padre Melo Franco. Apesar da oposição do ouvidor, Beja impede que Severina seja morta, tornando-se, assim, grandes amigas. Por ter nascido homem, Severina se alfabetizou, e é ela quem ensina Beja a ler e a escrever, algo que era proibido para uma mulher no Brasil do século XIX.

Figura 11: Pedro Fasanaro, Severina na versão de 2024, em cena com Grazi Massafera (Beja) e Julcileá Telles, a Severina da versão de 1986.



Fonte: Folha de São Paulo⁸⁵ e Youtube⁸⁶.

O diretor Herval Rossano defendeu as cenas de nudez da versão de 1986 justificando que naquele momento, depois de 20 anos de ditadura, o país ansiava por liberdade. “Com a abertura, acabamos extrapolando. Eu, por exemplo, fui o primeiro a

⁸⁴ Entrevista para a dissertação realizada em 3 de agosto de 2024.

⁸⁵<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2025/05/novela-dona-beja-ganha-data-deestreia-na-hbo-max.shtml>. Acesso em: 15 jun. 2025.

⁸⁶https://youtu.be/XM_cyx5KW0?si=HFJc0r-N4gj79gFi. Acesso em: 15 jun. 2025.

colocar a Maitê Proença nua” (Accioly *apud* Rossano, 2007). Mas Rossano revela que sua intenção era expor a nudez “com uma certa inocência”, só que “acabou ficando meio sacana”. Segundo as reportagens da época, o erotismo e a nudez eram alguns dos grandes atrativos da novela. Na festa de lançamento da novela na casa noturna Palladium, em São Paulo, foi exibido um clipe com o resumo dos três primeiros capítulos da novela. O jornal *A Folha da Tarde* relata em matéria sobre o evento que o ponto alto da apresentação são as cenas de nudez de Maitê, que aparece “banhando-se em uma cachoeira, em closes generosos. Depois, abraçando Gracindo Júnior, que não mediou esforços para comprimir a atriz contra o seu corpo e tornar a cena realista” (Franco, 1986). De fato, o excesso de cenas sensuais levou a censura, na época da apresentação da sinopse, a exigir que a novela só fosse exibida depois das 21 horas. “O erotismo de *Dona Beija* pode ser um chamariz, mas não foi essa minha intenção”, diz Herval Rossano. “Se, conforme os livros, Beija toma banho nua, a céu aberto, por que não mostrá-la no processo?” (Yamamoto, 1986). O fato é que um dos capítulos da novela, segundo reportagem da coluna *No Ar*, do *Jornal do Brasil*, só foi ao ar, “mesmo assim com alguns cortes”, graças a um telefonema do empresário Adolpho Bloch, dono da TV Manchete, ao presidente da República, meia hora antes da novela entrar no ar. “Sarney não só liberou o capítulo como se derramou em elogios a *Dona Beija*” (*Jornal do Brasil*, 1986b⁸⁷).

A *Dona Beija* de 1986 teve 15 cenas de nudez ao longo de seus 77 capítulos, bem menos do que foi escrito e produzido na versão contemporânea, com a diferença de que a versão original foi exibida na TV aberta e a *Dona Beja* de 2024 será exibida no *streaming*. Segundo Daniel Berlinsky (2023), alguns cuidados foram tomados na concepção da trama, com o intuito de dar propósito para as cenas de nudez. “Naquele momento, a gente estava na época que vinha das pornochanchadas, da ditadura. Você botar um corpo nu na TV era político⁸⁸”, comenta o autor, acrescentando que, apesar disso, na sua opinião, o erotismo acabou tendo mais efeito comercial do que de político. “Hoje, não é político o corpo nu, o político é a dona do corpo fazer com o corpo o que ela quiser”.

⁸⁷ Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Documento número: 6174. Acesso em: 12 mai. 2025.

⁸⁸ Entrevista para a dissertação realizada em 3 de agosto de 2024.

Como exemplo, o autor cita duas cenas que, na sua opinião, são o “coração da novela”: a primeira, em que Beja vai para a cachoeira, mas leva com ela várias outras mulheres de Araxá, de diversas idades, incluindo uma octogenária. “Não dá para botar só uma mulher novinha com o corpo perfeito numa cachoeira tomando banho e achar que isso é um empoderamento feminino”, então, na medida em que ela vai para a cachoeira, ela leva todo mundo. A segunda cena emblemática citada por Berlinsky é a cena em que a protagonista leva Severina e a convence a se despir para tomar banho junto com ela. Segundo ele, a questão da nudez transexual ainda causa uma rejeição subconsciente a um corpo que não estamos acostumados a ver.

A gente não cresceu vendo isso. Se a gente tivesse crescido vendo que existe o corpo da mulher cis, existe o corpo da mulher trans, do homem cis, do homem trans, [...] em momento nenhum, nós teríamos qualquer reação de aversão a um corpo feminino, onde você tem uma genitália masculina, considerada masculina, ou você tem peito ou não tem peito, é só uma mulher trans. Então, é uma questão de naturalização⁸⁹.

Berlinsky (2024) recorda ter sentido a necessidade de pedir autorização para Mônica Albuquerque, na dúvida se o canal colocaria a cena no ar e que a executiva confirmou que colocaria, afinal, estamos na HBO, segundo ele nos conta, “é para isso mesmo”. Segundo ele, pelo fato de ele e António Barreira serem autores provenientes da TV aberta, a preocupação do canal era que eles se desafiassem.

Como vimos anteriormente, a TV aberta lida com um público muito mais amplo, já que o objetivo é atrair a maior audiência possível. No caso do *streaming* também, quanto mais público melhor, mas diante da variedade oferecida, segundo Berlinsky, o público “tem que estar interessado naquilo especificamente, [...] o que vai atrair ele é exatamente o quanto daquilo nichado interessa a ele⁹⁰”. Além disso, estamos falando de um público internacional e atemporal, uma vez que não se tem controle de quando aquele conteúdo específico será assistido. “Quando você está escrevendo uma novela, para passar amanhã no Brasil, eu tenho que estar ligado. Eu posso fazer uma

⁸⁹ Idem.

⁹⁰ Entrevista para a dissertação realizada em 3 de agosto de 2024.

piada com a política, porque vai ao ar daqui a pouco”. No caso de *Dona Beja*, uma piada política do Brasil não vai interessar, “não vai fazer efeito”.

Em resumo, a versão atual de *Dona Beja* se apropria da história original, mas altera diversos aspectos de dramaturgia, adequando uma trama que originalmente possui quase o dobro de capítulos, tornando a narrativa mais ágil, buscando adequar o conteúdo para atender demandas, não só da sociedade, como do canal e dos interesses do público internacional. São muitas as diferenças nas decisões sobre o quê contar e, principalmente, na forma de contar. A essas diferenças se somam àquelas que dizem respeito à forma de realizar e exibir, que, como veremos abaixo, também afetam o resultado final do produto.

3.4. Como os novos hábitos da TransTV afetam a telenovela no streaming

Dentre as diversas características da telenovela tradicional que a tornam um produto único na indústria audiovisual, está o fato de ser uma obra aberta, ou seja, como descrito anteriormente, no momento em que começa a ser exibida, a maior parte dos seus episódios ainda não foram sequer escritos pelo autor. Esse modo de produzir permite que o canal altere a trama, navegando no gosto do público, dando mais visibilidade para subtramas que estejam agradando, e diminuindo outras que não causem o mesmo engajamento. Mencionamos, também, que essa prática, pelo fato do produto ser exibido diariamente, leva a uma necessidade de que a produção seja mais acelerada. Antes da telenovela estrear, um número específico de episódios precisa ser produzido, criando-se uma margem de segurança de exibição para o canal. Como a cada vez que um episódio vai ao ar perde-se um episódio da margem, o ideal é que se produza, diariamente, um novo episódio, mantendo-se assim a margem de segurança. A cada semana, portanto, com a exibição de seis episódios, de segunda à sábado, idealmente devem ser produzidos mais seis episódios, seguindo desta forma até o final da novela. A obra aberta, portanto, apresenta vantagens e desvantagens, que detalharemos a seguir, mas é na mediação com o seu público que se baseia sua grande popularidade.

Quando *Dona Beja* começou a ser produzida, em 2023, todos os 40 capítulos já estavam escritos. Trata-se, portanto, de uma obra fechada, e quando o seu primeiro capítulo estrear na plataforma, todos os capítulos estarão produzidos e finalizados. Mesmo que, definida pelo canal como telenovela, difere do modelo da TV aberta no qual, devido à necessidade de aprovação por parte do público, só quando a telenovela começa a ser exibida é que se define a continuidade da trama. Na maioria das vezes, os autores apontam uma linha de acontecimentos da história, mas não é esperado que todos os capítulos estejam escritos, uma vez que os rumos da história podem mudar totalmente. Como define Berlinsky, “as coisas não são tão amarradas mesmo, pois você está numa improvisação, um jogo com público.” Na TV aberta, ele comenta, cria-se uma estrutura e em cima da reação vai-se improvisando.

Maria de Médicis, diretora de *Beleza fatal*, trabalhou por muitos anos na TV aberta, e recentemente passou a atuar no mercado independente, o que possibilitou que ela vivenciasse as duas experiências, a produção de obras abertas e de obras fechadas. Ela cita o exemplo da novela *Paraíso tropical*, novela de 2007 com 179 capítulos, que estreou com 41 pontos de audiência, ficando marcada como a pior estreia de sua década (Mattos, 2007). A novela em seu primeiro mês não conseguiu atingir os 40 pontos de média, meta da TV Globo para uma novela das 21h. A partir daí, mudanças foram feitas. Segundo a diretora, “os protagonistas eram Alessandra Negrini e Fábio Assunção, mas ninguém lembra deles”. Bebel, personagem da atriz Camila Pitanga, era uma vilã e se juntava com Olavo Novaes, personagem Wagner Moura, em um dado momento da história, para criar um determinado conflito. “A relação deles durava duas semanas na história. Era uma relação que acontecia ali para virar outra coisa”, comenta. O par romântico do personagem de Wagner era Taís, a gêmea má de Paula, ambas interpretadas por Alessandra Negrini. “Só que o casal Bebel e Olavo estourou. Eles viraram um casal que não era para ser e a trama toda se direcionou para isso. Você não via mais Alessandra (Negrini), você não via mais Fabinho (Assunção)”. Maria considera este processo da obra aberta muito interessante, “ao mesmo tempo que atrapalha a produção e pode mudar os personagens, é rico também. Você tem um retorno do público, o que leva a essa dramaturgia em movimento da novela⁹¹”.

⁹¹ Entrevista para a dissertação realizada em 4 de setembro de 2024.

Importante observar que, ao longo dos anos, a TV Globo criou uma linha de produção, envolvendo todas as etapas envolvidas na realização do audiovisual, que pode ser comparada à de grandes indústrias, de qualquer atividade econômica. Todo o processo é resolvido internamente, desde o desenvolvimento do roteiro, passando pela produção, até a finalização, com edição, efeitos visuais e sonoros. Desta forma, qualquer mudança que precise ocorrer na trama está respaldada por toda uma estrutura que permite agilidade e qualidade. No caso da TV Manchete, cuja estratégia inicial era a de ser um canal de qualidade, apoiado em jornalismo e cultura, a intenção de criar um horário para a dramaturgia nacional se limitaria à exibição de seriados curtos.

Apesar de *Dona Beija*, de 1986, ter sido, em sua época, “uma das mais caras da história da TV brasileira, só comparável à minissérie *Grande Sertão: Veredas*” (Yamamoto, 1986), a estrutura da empresa precisou ser montada. Segundo o próprio Herval Rossano, “foi difícil superar a inexperiência em alguns setores, mas conseguimos vencer os obstáculos, inevitáveis em uma produção desta proporção” (Revista Manchete, 1986⁹²). Assim, por segurança, a empresa optou por estrear com uma margem de 25 dos 77 capítulos produzidos e finalizados, e 53 capítulos já escritos pelo autor, Wilson Aguiar Filho, deixando assim, uma margem muito pequena para possíveis alterações influenciadas pela opinião pública.

Seguindo o mesmo modelo de produção e exibição das séries, a *Dona Beja* de 2024 também é uma obra fechada. Em parte, isso se dá, a exemplo do que vimos acima, porque fora das grandes produtoras de TV aberta, as etapas da produção não estão concentradas na produtora, sendo, na maioria das vezes, divididas entre diversas empresas, o que demanda um maior planejamento do cronograma e de recursos. Podemos citar diversos exemplos de como essa descentralização afeta o desenvolvimento da obra, como no caso dos efeitos visuais e computação gráfica, essenciais em uma obra de época, e que foram realizados por uma empresa terceirizada, fazendo com que as cenas envolvendo estes recursos precisassem ser planejadas com antecedência e as necessidades de intervenção da empresa, mapeadas cuidadosamente.

⁹² Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional. Disponível em:
<https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=004120&pasta=ano%20198&pesq=dona%20beija&pagfis=237237>. Acesso em: 29 jun. 2025.

Outro exemplo é a equipe dos autores, que foi contratada para desenvolver o roteiro, mas no momento em que se iniciaram as filmagens, já não estava mais envolvida no projeto, uma vez que todos os capítulos já estavam entregues. Outro fato importante é a forma de exibição dos *streamings*, uma vez que os capítulos são disponibilizados na plataforma, não havendo controle por parte do canal do momento em que será consumido pelos assinantes. Apesar de conseguirem mapear com precisão, minuto a minuto, os momentos, por exemplo, em que parte do público desiste do capítulo, a irregularidade na exibição, diferente do caso das TVs abertas, que têm o horário de exibição bem definido, dificulta a coleta dos dados. Somente depois de algum tempo de exibição é que se pode mensurar essa interação, o que também impossibilita que decisões possam ser tomadas com a antecedência necessária para mudar a trama.

Por último, como vimos no capítulo 2, existe uma tendência de que as novelas atuais sejam cada vez mais curtas, mesmo na TV aberta, não existem mais, como nos anos 1980 e 1990, novelas com mais de 150 capítulos. No *streaming*, além de mais curta, deve ser mais centralizada no núcleo principal, permitindo também maiores experimentações quanto ao seu formato. A tendência é que apenas algumas características das novelas tradicionais sejam mantidas, por se tratar de um produto “culturalmente relevante para a expansão da teleficação no Brasil, é de se esperar que vejamos o surgimento de produtos híbridos e apostas de interlocução entre o formato tradicional e as séries, com renovações estéticas e narrativas” (Lopes, 2024, p. 12). A extensão da obra é um problema para o *streaming*, e já existe um consenso de que ela torna mais difícil manter o interesse do público. Mesmo a versão de 1986 de *Dona Beija* tinha apenas 77 episódios.

Em entrevista à coluna de Miriam Lage no *Caderno B* do *Jornal do Brasil* em 1986, Zevi Ghivelder, um dos diretores do grupo Manchete à época, avalia que, quanto mais “enxuta”, mais provável que mantenha o interesse do público. “É mais rentável fazer 200 capítulos, mas nossa preocupação é oferecer uma obra de qualidade. Ao escolhermos uma história de época sabíamos, por exemplo, que ficaríamos fora do circuito do merchandising (Lage, 1986)”. Segundo Maria de Médicis, o fato da novela tradicional ter um horário específico de exibição, faz com que necessite de muitas cenas

de reiteração, “porque o cara vê segunda, e só vai ver na sexta, outro capítulo. Então, você tem que toda hora contar pra ele o que aconteceu.” No *streaming* não há repetição, as novelas são menores, deste modo, ela acrescenta, “você tem um texto que vai ter ganchos melhores, que vai ter um impacto muito grande, porque você não tem nenhuma cena à toa⁹³. ”

Deste modo, a versão de *Dona Beja* de 2024 feita para a Warner Bros. Brasil, a exemplo de *Beleza fatal*, lançada no início do mesmo ano na plataforma Max, terá 40 capítulos. Levando em consideração que uma novela da TV aberta estreia com uma margem de segurança de capítulos já finalizada para não correr riscos, uma vez que depois que começa a ser exibida, se perde um capítulo por dia desta margem, e que no caso da primeira versão de *Dona Beja* essa margem foi de quase 1/3 dos capítulos (com 53 dos 77 já escritos), no caso de uma obra com 40 capítulos, a margem de manobra da trama fica muito estreita. Assim, optou-se por produzir todos os capítulos e finalizá-los (edição, efeitos visuais, colorização, trilha sonora e efeitos sonoros) antes do primeiro capítulo estrear. Podemos questionar, portanto, se este produto, com essa quantidade de capítulos, e mais do que isso, uma obra fechada, pode ser chamada de telenovela. *Pedaço de mim*, por exemplo, foi chamada pela Netflix de melodrama.

Segundo os princípios de mediação propostos por Jesus Martín-Barbero (2002, p. 229), a Socialidade representa a contínua criação de sentidos que se torna possível através da interação social e das relações cotidianas, somada à Ritualidade, que são os diferentes usos sociais dos meios, ligadas às diferentes formas de leitura, baseadas nas condições sociais do gosto, que é definido “pelos níveis e qualidades da educação, conhecimentos e saberes constituídos na memória étnica, de classe ou de gênero, e pelos hábitos familiares de convivência com a cultura letrada, a oral ou a audiovisual⁹⁴”. Desta forma, a experiência de se assistir a um programa de TV aberta, exibido em um horário específico e determinado pelo canal, com toda a família reunida na sala, comentando e interagindo em tempo real, compartilhando a experiência em conjunto diariamente, é completamente diferente de assistir qualquer conteúdo em uma plataforma, no horário em que desejar, onde desejar e da forma que desejar, assistindo

⁹³ Entrevista para a dissertação realizada em 4 de setembro de 2024.

⁹⁴ Tradução nossa.

cada capítulo diariamente ou maratonando um bloco de capítulos. Para Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2003, p. 14), é possível que a própria ritualidade na forma de assistir defina o produto:

Tão importante quanto o ritual de assistir aos capítulos das novelas cotidianamente são a informação e os comentários que atingem a todos, mesmo aqueles que só de vez em quando ou raramente vêem a novela. As pessoas, independentemente de classe, sexo, idade ou região acabam participando do território de circulação dos sentidos das novelas, formado por inúmeros circuitos nos quais são reelaborados e ressemantizados. Como muitas pesquisas já mostraram, a novela começa a ser comentada durante o próprio ato de sua assistência.

Svartman (2023) considera que o principal valor da telenovela é o fato de ser exibida ao mesmo tempo para milhões de pessoas, porque supostamente segue a rotina da casa, reforçando a ideia de pertencimento ou o laço social que ela proporciona, conforme analisado por Wolton (1996). A autora levanta o questionamento sobre a forma como esses “valores e aspectos da telenovela podem deslizar junto com ela para as plataformas digitais e novas mídias” (Svartman, 2023, p. 213), concluindo que a resposta pode estar nas redes sociais, nas quais a interação possa fazer com que essa ideia de pertencimento permaneça de alguma forma. Desta forma, mesmo com a interação à distância, diferentes experiências criam novos significados para o conteúdo.

Maria de Médicis considera que o público de TV aberta quer a novela em que eles possam interferir.

Eles querem novelas em que eles possam dar a opinião deles, que eles podem falar: gosto disso, não gosto daquilo. Esse público está preparado para isso. O público que vai ver novela no *streaming*, sabe que vai ver uma novela com essa característica de série, de ser fechada. De acabar a história. Até mais do que a série, porque a gente não tem temporadas, a gente é limited series⁹⁵. O certo seria chamar de limited series, mas eu acho que pelo volume de episódios, a gente que fez de 40, ela não é um limited series, né? Já entra mais olhar do ver todo dia⁹⁶.

⁹⁵ Uma série limitada, também chamada de minissérie, é um programa de TV com um número predeterminado de episódios que conta uma história completa em uma única temporada.

⁹⁶ Entrevista para a dissertação realizada em 4 de setembro de 2024.

A diretora faz uma comparação entre como a influência do gosto do público no desenrolar da trama tem aspectos positivos e negativos, tanto em termos de produtividade, quanto artisticamente. Em relação à atuação do elenco e à construção do personagem, Maria de Médicis acredita que a obra fechada contribui, uma vez que os atores têm um arco de personagem fechado, construindo seus personagens com a noção bem definida de como a trama vai se desenrolar. “Fica um personagem muito mais bem construído. Na TV aberta, esse personagem pode mudar completamente. Você chega no final com um personagem que não tinha nada a ver com o inicial.” Em termos de custo de produção, ela também considera positivo, porque permite que se faça um planejamento da obra que não vai mudar. “Você sabe exatamente quais cenários você tem, quantas cenas são em cada cenário”. No caso de *Beleza fatal*, “a gente entrou na mansão dos ricos e filmou tudo do episódio 1 ao 40.”

Médicis exemplifica dizendo que se fosse uma novela aberta, ele iria “filmar os 3 primeiros blocos⁹⁷ e depois, por exemplo, os ricos seriam rejeitados na história, e não iam nunca mais voltar.” Por outro lado, pode-se planejar, por exemplo, o aluguel de uma locação, planejando utilizá-la em poucas cenas e aquele núcleo cair nas graças do público: “aquilo cresce muito e eu tenho que voltar naquela locação 2 vezes por semana”. Ela conclui, portanto, que em termos de produção, uma obra fechada é mais fácil. “Por locação, por contrato de atores, o planejamento, você planeja muito melhor e planejamento economiza dinheiro⁹⁸. ”

Por exibir capítulos diários, enquanto outros capítulos estão sendo produzidos, na novela da TV aberta é necessário privilegiar a produtividade. Para tal, o protagonista não deve estar em mais do que 25% das cenas, possibilitando que mais de uma frente de gravação⁹⁹ possa produzir ao mesmo tempo. Em séries, e principalmente em longas-metragens, pela forma como são produzidos, e pela centralidade do protagonista na trama, esse percentual é muito maior. No filme *Anora*, por exemplo, vencedor do Oscar

⁹⁷ Em uma telenovela é comum se trabalhar com blocos de capítulos, que são os seis capítulos de uma semana. É comum os autores entregarem um bloco por semana, e a partir deste bloco, são planejadas as cenas que serão gravadas nas semanas seguintes.

⁹⁸ Idem item 23.

⁹⁹ Uma frente de gravação, como se chama no audiovisual, é uma equipe produzindo cenas a cada dia. Quando se tem mais de uma frente de gravação, permite-se produzir mais cenas diferentes, aumentando a produtividade.

de melhor filme em 2025, a protagonista aparece em mais de 90% das cenas. Consequentemente, como o ator não pode estar em dois lugares ao mesmo tempo, nesse tipo de produto só é possível que haja uma frente de gravação por dia.

Em uma novela da TV aberta, trabalha-se com vários núcleos, justamente para possibilitar a produção simultânea de cenas com diferentes elencos. Maria de Médicis comenta que, no caso da novela para as plataformas de *streaming*, com menos episódios, a trama deveria ficar mais focada no núcleo principal, portanto, em teoria, você não precisaria ter tantos núcleos, mas ela acrescenta que “para ter a produtividade e fechar nos prazos que a gente precisava, tínhamos que ter duas frentes todo dia. Para ter duas frentes todo dia, você tem que ter núcleos diferentes.”

Segundo Berlinsky, na primeira versão de *Dona Beja* apresentada para o canal Warner Bros. Brasil, foram desenvolvidas cinco tramas independentes: “A gente não podia ter Beja tão presente, senão não gravava”, comenta. Então as outras quatro histórias também seriam importantes, com seus próprios protagonistas. Assim, no planejamento inicial os autores planejaram “investir muito nelas, porque aí quando elas estiverem acontecendo a Beja não está¹⁰⁰. ” Assim é o raciocínio habitual de um autor de novelas da TV aberta, mas Berlinsky nos conta que o comentário recebido por parte do canal foi que a obra deveria ser sobre uma protagonista, que inclusive dá nome à obra e, deste modo, devia estar mais presente, “costurando tudo”. Ele considera que o pedido foi correto, porque realmente fala-se da história da Beja, e no mundo do *streaming*, acostumado com as séries, esse é o raciocínio. Por outro lado, criou-se um problema de produtividade.

Outro fato importante a se considerar quando se faz o plano de gravação de uma novela é o tempo de troca de figurino dos atores entre diferentes cenas. Quando um ator termina uma cena e precisa trocar de figurino, o que, no caso de uma novela de época, em que os figurinos são mais pesados, com diversas camadas, costuma demorar algum tempo, deve-se incluir uma cena com outro elenco, porque enquanto a troca de figurino ocorre, a equipe continua produzindo. Se não houver cenas sem aquele ator ou atriz que precisou se trocar, a equipe vai ficar parada esperando. Em *Dona Beja*, a personagem principal está em mais de 50% das cenas, referência solicitada pelo canal,

¹⁰⁰ Entrevista para a dissertação realizada em 3 de agosto de 2024.

o que gerou perda de produtividade. O autor ainda comenta que, do seu ponto de vista, essa matemática não fechava, uma vez que as cenas de Beja vão influenciar outras pessoas: “Se eu tenho que cobrir os outros 50% da novela com outros personagens, quem vai gravar com a Beja?”

Tanto Maria de Médicis quanto Daniel Berlinsky celebram o pioneirismo deste tipo de produção no *streaming*. Os problemas de se fazer um novo produto servem de experiência para os próximos. A diretora comenta que já se sabe que várias coisas poderiam ser feitas de forma diferente. “Estava todo mundo aprendendo. Era um híbrido de equipe, inclusive, né? A equipe era, basicamente, toda do mercado, com diretores e atores de novela.”

Em relação à troca com o público, impossível em uma obra fechada, ela relembra que entre a primeira e a segunda temporada da série *De volta aos 15*¹⁰¹, ocorreu uma grande mudança na história. Maria dirigiu apenas a segunda temporada, mas relembra que o romance da trama era entre o Fabrício (João Guilherme) e a Luiza (Amanda Azevedo), irmã da protagonista. Mas “o público gostou muito da Maisa (Silva) com o João Guilherme, então a segunda (temporada) já tinha um romance dos dois”. Assim, a série também acabou respondendo à demanda do público, só que entre temporadas. Assim, uma possível solução seria lançar a trama da novela em partes. A diretora comenta o caso da novela *Todas as flores*, lançada exclusivamente na plataforma Globoplay em outubro de 2022, que teve uma primeira parte exibida entre outubro e dezembro daquele ano, foi interrompida e retornou em abril de 2023: “Isso, acho que pode ser uma coisa interessante”.

Segundo Erick Brêtas, diretor de Produtos Digitais e Canais Pagos do Grupo Globo à época, as festas de fim de ano e a estreia do *Big Brother Brasil* disputariam a atenção do público. “Como encontramos um divisor lógico na trama para a exibirmos em duas partes, fazia sentido a pausa” (Duvanel, 2022). Tal interrupção daria a possibilidade de o canal fazer alterações na trama, mas poderia trazer problemas de continuidade e desmobilizar a base de fãs. A solução, com certeza, está no hibridismo.

¹⁰¹ Série da Netflix que estreou em 2022, atualmente em sua terceira temporada.

Maria de Médicis comenta que o processo é uma reinvenção da roda. “A gente foi anotando várias coisas que tem que ser feitas de forma diferente¹⁰²”.

¹⁰² Entrevista para a dissertação realizada em 4 de setembro de 2024.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta dissertação, percorremos a história da televisão brasileira, desde o pioneirismo de sua inauguração, em 1950, até o complexo ecossistema midiático do século XXI, denominado de TransTV, com um enfoque mais específico no formato da telenovela, produto que melhor representa o meio, procurando evidenciar como o seu conteúdo não apenas refletiu as transformações sociais, culturais e políticas do país, mas também atuou como um agente ativo na sua moldagem, gerando debates, construindo referências e, por vezes, servindo como ferramenta de propaganda ideológica.

No primeiro capítulo, estabelecemos o marco inicial da trajetória televisiva brasileira, destacando os desafios iniciais da implantação de um meio de comunicação inédito na América do Sul, passando à transição gradual de uma programação experimental e elitista para um formato mais profissional e popular, impulsionada por novas tecnologias e a consolidação da teledramaturgia como principal produto da indústria. Retratamos a ascensão da TV Globo, com seu modelo de gestão empresarial e seu padrão de qualidade, assim como a concorrência acirrada com outras emissoras e a influência da ditadura militar na censura e na tentativa de padronizar a cultura nacional.

Abordamos ainda as estratégias de produção e programação, da relação com o público e da busca pela identidade cultural brasileira, que nos permitiram compreender a telenovela como um fenômeno social capaz de gerar identificação, mobilizar emoções e influenciar comportamentos. A telenovela se firmou como um espaço de representação da realidade brasileira, mesmo que essa realidade, por vezes, fosse idealizada e romantizada. Através de seus enredos, personagens e diálogos, a telenovela abordou temas relevantes para a sociedade, como família, amor, trabalho, política e religião, promovendo debates e reflexões sobre os valores e costumes do país, além de exportar a imagem da nossa sociedade para os cinco continentes.

No segundo capítulo, mergulhamos no cenário contemporâneo da televisão, marcado pela convergência midiática, a fragmentação das audiências e a ascensão das

plataformas de *streaming*, apontando as transformações nas formas de produção, distribuição e consumo de conteúdo audiovisual, impulsionadas pela internet e pelas novas tecnologias. A televisão aberta, antes detentora do monopólio da atenção do público, viu-se confrontada com a concorrência acirrada de canais a cabo, serviços de vídeo sob demanda e redes sociais, que oferecem uma vasta gama de opções de entretenimento e informação.

Buscando o crescimento nos mercados globais, as plataformas de *streaming* adotam diversas estratégias de localização, intensificando o investimento em produções locais, visando atender aos gostos regionais e garantir identificação cultural com o público, ao mesmo tempo que expandem seu alcance em novos territórios. O desejo de gerar conteúdos autênticos impulsionou a economia criativa local, gerando empregos e rompendo com a tradicional hegemonia de grandes produtoras. Essa abordagem, contudo, não está isenta de controvérsias, levantando questões sobre a influência do capital estrangeiro na definição da identidade cultural veiculada nesses produtos e a manutenção dos lucros dentro do país de origem. Ainda assim, este movimento representou uma oportunidade de crescimento e visibilidade para a produção audiovisual brasileira, impulsionando sua criatividade e originalidade em um mercado cada vez mais competitivo, promovendo maior diversidade de narrativas, proporcionando espaço para vozes e histórias que antes eram marginalizadas na mídia tradicional.

Após o período de crescimento impulsionado pelo isolamento social da pandemia, apontamos a retração na base de assinantes das plataformas, evidenciando uma saturação do mercado. Em busca por rentabilidade, as plataformas precisaram repensar suas estratégias de investimento, apostando em produções originais com alto potencial de sucesso, como *remakes*, continuações, *spin-offs* e obras com apelo popular comprovado, refletindo a necessidade de atrair um público mais amplo. Essa mudança de direção sinalizou uma flexibilização da aposta em conteúdos de nicho e experimentações narrativas, em prol de um modelo mais conservador e alinhado aos interesses do mercado.

As emissoras tradicionais, por sua vez, foram forçadas a se reinventar, buscando novas formas de atrair e fidelizar seus telespectadores. A telenovela, produto

mais importante da programação, precisou se adaptar aos novos hábitos de consumo e às novas demandas do público, encurtando a duração dos capítulos, agilizando o ritmo narrativo, explorando novas temáticas e formatos, e buscando maior interatividade com os espectadores através das mídias sociais. A criação pela TV Globo de sua própria plataforma de *streaming*, o Globoplay, e a produção de conteúdo original para esses canais, como *Verdades secretas 2* e *Todas as flores*, demonstram o esforço das emissoras em se manterem relevantes no mercado audiovisual contemporâneo. Além disso, estratégias ligadas à nostalgia, como o relançamento e os *remakes* de telenovelas clássicas, foram utilizadas, tanto na plataforma, quanto na TV aberta.

Diante da movimentação de todos os concorrentes do mercado, pudemos observar que existe uma coincidência de decisões, levando o conteúdo, tanto das plataformas quanto das grandes redes de TV, convergirem para um resultado artístico bastante similar. A necessidade das plataformas de investirem em conteúdo que dialogue com o público em geral, em detrimento de produções voltadas para segmentos mais específicos, como era no momento de sua chegada, fez com que a telenovela fosse o formato adotado para a produção de conteúdos localizados, aproveitando-se do grande *know how* acumulado por empresas e profissionais, diante da tradição brasileira em produzir este tipo de conteúdo.

Para atender o público agora mais acostumado a diferentes tipos de narrativa trazidas pelos *streamings*, as emissoras de TV tradicionais, por sua vez, adotaram novas tecnologias, buscando uma aproximação em termos de qualidade de imagem e permitindo maior experimentação estética. Além disso, promoveram adaptações ao conteúdo, modificando sua duração, aumentando o dinamismo da trama, e investindo em obras fechadas, o que lhes permite uma produção mais cuidadosa, apesar da perda do frescor da trama em andamento e da troca que a obra aberta permite estabelecer com o público.

Observamos que, mesmo diante de um cenário audiovisual sempre incerto, abalado por mudanças governamentais e crises econômicas, nos parece correto afirmar que a telenovela continua a ser um importante espaço de representação da identidade cultural brasileira e um poderoso instrumento de comunicação com o público, garantindo, assim, sua relevância e longevidade no mercado audiovisual, ainda que

modificadas para atender às novas demandas de espectatorialidade, apresentam narrativas que dialogam com demandas contemporâneas de representatividade e engajamento.

No terceiro capítulo, focamos na análise de um caso específico: a produção de um *remake* da clássica telenovela *Dona Beija*, transformada em *Dona Beja* para a plataforma de *streaming* HBO Max. Através de entrevistas com os criadores, diretores e roteiristas de novelas para as plataformas de *streaming*, buscamos compreender as estratégias utilizadas para adaptar a trama original aos novos formatos e às novas expectativas do público. A escolha de um tema regional, como a história da cortesã mineira do século XIX, e a preocupação com a representatividade e a inclusão, demonstram o compromisso da produção, já tradicional entre as telenovelas de TV aberta, em dialogar com a sociedade contemporânea e em valorizar a diversidade cultural do país.

Ao confrontarmos a versão original com o *remake*, pudemos observar as mudanças significativas na abordagem dos temas, na construção dos personagens e na linguagem narrativa. A nova versão, ao mesmo tempo em que preserva a essência da trama original, busca desestruturar estereótipos, questionar preconceitos e promover uma reflexão crítica sobre o passado colonial e escravista do Brasil. A utilização de atores negros para interpretar personagens que antes eram representados por atores brancos, a valorização da cultura afro-brasileira e a abordagem que busca trazer mais empoderamento para a sexualidade feminina demonstram o esforço da produção em criar uma telenovela mais inclusiva, diversa e representativa da sociedade brasileira. A análise da produção nos permitiu vislumbrar as tendências e desafios da telenovela no século XXI.

Em resumo, esta dissertação demonstrou a capacidade de resiliência e adaptação da televisão brasileira, e em particular da telenovela, diante das transformações tecnológicas, sociais e culturais do país, um produto que, ao longo de sua história, soube dialogar com a sociedade, refletir seus valores e anseios, e promover debates importantes sobre os temas que afligem a nação. No século XXI, apesar da concorrência estrangeira e da sempre iminente ameaça do fim, a telenovela se reinventa, buscando novos espaços e novas formas de expressão no universo do

streaming, sem perder sua essência melodramática e sua capacidade de gerar identificação e emoção nos espectadores.

Essa adaptação, porém, não é isenta de desafios. Como vimos, ao perder sua periodicidade diária e sua exibição em horário fixo, a telenovela perde também a capacidade de gerar um ritual coletivo de consumo, que era uma de suas principais características. Além disso, ao se tornar um produto sob demanda, passa a competir com uma vasta gama de opções de entretenimento e informação, o que exige mais qualidade e originalidade para atrair a atenção do público. Nesse sentido, a telenovela no *streaming* precisa encontrar um equilíbrio entre a tradição e a inovação, entre a familiaridade e a surpresa, entre a representação da realidade brasileira e a criação de mundos ficcionais. A telenovela precisa ser, ao mesmo tempo, um espelho da sociedade e um espaço de escape, um lugar de identificação e de fantasia, instrumento de reflexão e de entretenimento.

Conforme mencionamos, de acordo com a Max, a novela *Beleza fatal* foi um grande sucesso na plataforma, mas dentre as limitações do nosso estudo, está a falta de detalhamento dos critérios de avaliação da audiência por parte dos *streamings*, prejudicando a objetividade das pesquisas. Além disso, por tratar-se de um meio em constante evolução, pode haver alterações de cenários por nós discutidos, levando à possibilidade de estudos futuros para acompanhar o desenvolvimento do ecossistema midiático nos próximos anos, com o lançamento de *Dona Beja*, previsto para o início de 2026, e a produção de novos títulos.

É correto, porém, afirmar que estamos passando por um momento de transição, buscando novos caminhos e novas formas de expressão. Cabe aos criadores, diretores, roteiristas e atores da telenovela, a responsabilidade de manter vivo esse legado e de continuar a emocionar e a inspirar o público brasileiro. A guinada do mercado, e as mudanças já em curso, ressaltam a necessidade de acompanharmos o movimento, e compreendermos a cultura da convergência da teledramaturgia, entendendo a novela não como um produto estanque, mas como uma linguagem capaz de contaminar diferentes telas, suportes e narrativas. Por fim, a produção audiovisual brasileira tem um grande desafio de se manter relevante e financeiramente viável, e a capacidade de reinvenção da telenovela é fundamental para o futuro do setor.

Deste modo, por se tratar de um modelo em construção, o cenário encontrado por esta pesquisa, como nas tradicionais telenovelas, encontra-se em aberto. Apesar de buscarmos apresentar algumas respostas, algumas novas questões surgiram durante a pesquisa, apontando para a possibilidade de futuros desdobramentos. Ainda não sabemos como *Dona Beja* será recebida pelo público e se as estratégias de inclusão vão gerar o engajamento esperado por seus criadores. O resultado da audiência da novela no *streaming* promete definir se esse tipo de formato continuará sendo adotado como recurso na busca por novos assinantes. Assim, novos capítulos dessa trama prometem ser escritos após o lançamento de *Dona Beja*, previsto para janeiro de 2026. Pelo que pudemos observar, porém, a tendência é que o mercado audiovisual siga produzindo mais conteúdos híbridos, que dialoguem com as novas possibilidades de espectatorialidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCIOLY, G. *Transposição de época e personagem real de televisão*. 2007. Tese (Pós-graduação em Artes da Escola de Comunicações e Artes) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. 227 p.

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

ALENCAR, M. *A Hollywood brasileira: panorama da telenovela no Brasil*. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

ALEXANDER, N. Catered to your future self: Netflix's "predictive personalization" and the mathematization of taste. In: McDONALD, K.; SMITH-ROWSEY, D. (org.). *The Netflix effect: technology and entertainment in the 21st Century*. New York: Bloomsbury Academic, 2016. p. 81–97.

ANDERSON, B. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARAUJO, A. L. Doze anos de escravidão e o problema da representação das atrocidades humanas. *Afro-Ásia*, Salvador, n. 50, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/21358>. Acesso em: 10 abr. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RÁDIO E TELEVISÃO (ABRATEL). 93,1% dos lares brasileiros assistem TV aberta e 56,5% escutam rádio, aponta IBGE. 2023. Disponível em: <https://abratel.org.br/931-dos-lares-brasileiros-assistem-tv-aberta-e-565-escutam-radio-aponta-ibge/>. Acesso em: 20 jul. 2025.

AUMONT, J.; BERGALA, A.; MARIE, M.; VERNET, M. *A estética do filme*. Campinas, SP: Papirus, 2012.

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.

BARRETO DE SÁ, G. Escravização ilegal e representações da história: considerações sobre o filme “12 anos de escravidão”. *Captura Críptica: direito, política, atualidade*, v. 4, n. 1, p. 273–279, 2013. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/capturacryptica/article/view/3189>. Acesso em: 09 jul. 2025.

BARROS, F. Entrevista: Em busca de uma luz natural – Fred Rangel, fotógrafo de Cordel Encantado, fala sobre seu trabalho na novela, ferramentas, preferências e carreira. *Revista Luz e Cena*, ed. 148, nov. 2011. Disponível em: http://www.musitec.com.br/luzecena/revista_artigo.asp?revistaID=2&edicaoID=148&navID=4002. Acesso em: 18 abr. 2025.

BECKER, B.; MACHADO, A. Pantanal: a reinvenção da telenovela. In: NP FICCÃO SERIADA/ VIII ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO e XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Natal, RN: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

BERRY, L. L. Relationship marketing of services: growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, v. 23, n. 4, p. 236–245, 1995. DOI: <https://doi.org/10.1177/009207039502300402>.

BONJOCH, E. Para ver Pantanal em 8K, é preciso investir R\$ 7,5 mil em um televisor. Notícias da TV/UOL, 24 mar. 2022. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/tecnologia/para-ver-pantanal-em-8k-e-preciso-investir-r-75-mil-em-um-televisor-77803?cpid=txt>. Acesso em: 15 fev. 2025.

BORDWELL, D. *On the history of film style*. Cambridge; Massachusetts; Londres: Harvard University Press, 1997.

BORELLI, S. H. S. Gêneros ficcionais: matrizes culturais no Continente. In: BORELLI, S. H. S. (org.). *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. São Paulo: Intercom, 1994. p. 129–145. (Coleção GT's Intercom, 1).

BOYM, S. *The future of nostalgia*. New York: Basic Books, 2001.

BRÊTAS, E. O futuro das plataformas de streaming e a experiência do Globoplay. Conecta+ Unisinos, 15 jul. 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=fhz09mZTVk4&list=PL4P9VVumOg5HgY_1KNMEYQNyW0ixPHG64&index=2&t=0s. Acesso em: 01 fev. 2025.

BROOKS, P. *The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, melodrama, and the mode of excess*. Rev. ed. New Haven; London: Yale University Press, 1995.

BUONANNO, M. Uma eulogia (prematura) do broadcast: o sentido do fim da televisão. *MATRIZes*, v. 9, n. 1, p. 67–86, 2015. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p67-86>. Acesso em: 23 mar. 2025.

BUONANNO, M. Thematic issue on the end of television (not yet): editor's introduction. *Media and Communication*, v. 4, n. 3, p. 95–98, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i3.661>. Acesso em: 23 mar. 2025.

- BUTLER, J. G. *Television style*. New York: Routledge, 2009.
- CAMPEDELLI, S. Y. *A telenovela*. São Paulo: Ática, 1987.
- CARVALHO, E. A década do Jornal da Tranquilidade. In: CARVALHO, E.; KEHL, M. R.; RIBEIRO, S. N. *Anos 70: televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1980.
- CASTELLANO, M.; MEIMARIDIS, M. Produção televisiva e a instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix. *Revista GEMInIS*, v. 8, n. 1, p. 60–86, 2017. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/281>. Acesso em: 8 set. 2025.
- 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. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i1p195-222>.
- CASTRO, T. de. Em 1990, Globo se arrependeu de não ter produzido a novela Pantanal. Notícias da TV/UOL, 2016. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-1990-globo-se-arrependeu-de-nao-ter-produzido-novela-pantanal-11525>. Acesso em: 20 jan. 2025.
- CHALABY, J. K. Towards an understanding of media transnationalism. In: CHALABY, J. K. (ed.). *Transnational television worldwide: towards a new media order*. New York: Palgrave Macmillan, 2005. p. 1–13.
- CHAUÍ, M. Os trabalhos da memória. In: BOSI, E. *Memória e sociedade: lembranças dos velhos*. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- CIMINO, J. Silvio de Abreu conta que Globo esticava “Rainha da Sucata” para “Pantanal” perder anunciantes. UOL TV e Famosos, 2013. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2013/07/08/silvio-de-abreu-conta-que-globo-esticava-rainha-da-sucata-para-pantanal-perder-anunciantes.htm>. Acesso em: 13 jul. 2024.
- CLARK, W.; PRIOLLI, G. *O campeão de audiência: uma autobiografia*. São Paulo: Summus, 2015.
- DEZAN, A.; SANCHES, D.; PAZ, L. F. Vale Tudo: TV Globo apresenta novidades do remake na CCXP 24. Gshow, 2024. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/vale-tudo/noticia/vale-tudo-remake-ganha-novidades-em-painel-da-tv-globo-na-ccxp-24.ghtml>. Acesso em: 22 jan. 2025.
- DEL PRIORE, M. *Ao sul do corpo*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.
- DOWD, T. et al. *Storytelling across worlds: transmedia for creatives and producers: one story – many media*. Burlington: Focal Press, 2013.

DRACZ, J. Com Camila Pitanga e Murilo Rosa no elenco, HBO Max anuncia produção de sua primeira novela – a previsão de lançamento é para o segundo semestre deste ano. Observatório da TV, 2023. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/com-camila-pitanga-e-murilo-rosa-no-elenco-hbo-max-anuncia-producao-de-sua-primeira-novela>. Acesso em: 20 fev. 2025.

DUVANEL, T. “Todas as flores”, novela exclusiva do Globoplay, mostra como o gênero é a bola da vez no streaming. O Globo, 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/streaming/noticia/2022/10/todas-as-flores-novela-exclusiva-do-globoplay-mostra-como-o-genero-e-a-bola-da-vez-no-streaming.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2025.

ECO, H. *Obra aberta*. São Paulo: Perspectiva, 2020.

EXAME. Em meio à pandemia, novelas repetidas são campeãs de audiência. 2021. Disponível em: <https://exame.com/casual/em-meio-a-pandemia-novelas-repetidas-sao-campeas-de-audiencia/>. Acesso em: 30 jan. 2025.

FADUL, A. (org.). *Serial fiction in TV: the Latin American telenovelas with an annotated bibliography of Brazilian*. São Paulo: ECA-USP, 1992. 252 p.

FARIAS, T. A estratégia de Beleza Fatal: o conceito de novelão no streaming. Meio & Mensagem, 2025. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/a-estrategia-de-beleza-fatal>. Acesso em: 23 abr. 2025.

FERNANDES, I. *Telenovela brasileira: memória*. São Paulo: Brasiliense, 1994. 430 p.

FGV CPDOC. Milagre econômico brasileiro. Atlas Histórico do Brasil, 2023. Disponível em: <https://atlas.fgv.br/verbete/6001>. Acesso em: 15 mai. 2025.

FIGUEIREDO, L. *O avesso da memória*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

FILHO, D. *O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

FRANCA, A. C.; DE CAMPOS, F. A inegociável dependência externa no planejamento brasileiro: a atuação do capital internacional no Plano de Metas (1956–1961) e no II Plano Nacional de Desenvolvimento (1975–1979). *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, p. 127–164, 2022.

FRANCO, L. C. Nudez e burburinho na festa de Dona Beja. *Folha da Tarde*, São Paulo, 1986. Disponível em: <https://shre.ink/S9zc>. Acesso em: 01 set. 2025.

FULGÊNCIO, C. Warner Bros. Discovery aposta em novelas e true crime. Meio & Mensagem, 13 abr. 2023. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/rio2c/warner-bros-discovery-aposta-em-novelas-e-true-crime>. Acesso em: 30 jan. 2025.

FUNARTE. Hemeroteca digital. 2025. Disponível em: <https://shre.ink/S9RE>. Acesso em: 13 mai. 2025.

G1. Número de casas com TV supera o das que têm geladeira. 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2012/09/numero-de-casas-com-tv-supera-o-das-que-tem-geladeira.html>. Acesso em: 16 jun. 2025.

GELLI, T. A figura real por trás de “Rainha Charlotte”, nova série Bridgerton. Veja, São Paulo, 12 mai. 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/e-tudo-historia/a-figura-real-por-tras-derainha-charlotte-nova-serie-bridgerton>. Acesso em: 23 maio 2025.

GILLESPIE, T. #trendingistrending: when algorithms become culture. In: SEYFERT, R.; ROBERGE, J. Algorithmic cultures: essays on meaning, performance, and new technologies. New York: Routledge, 2016. p. 52–75.

GLOBO. Globoplay: a programação da Globo ao vivo ao alcance de um “play”. 2015. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/2015/10/globoplay-programacao-da-globo-ao-vivo-ao-alcance-de-um-play-saiba.html>. Acesso em: 20 fev. 2025.

GLOBO. A evolução da televisão no Brasil: da imagem com chuvisco à DTV+. 2025. Disponível em: <https://gente.globo.com/evolucao-televisao-globo-60-anos/>. Acesso em: 12 jul. 2025.

GOLDBERG, L. Peak TV update: scripted originals dip 7% in 2020, FX says. *The Hollywood Reporter*, 2021. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/peak-tv-update-scripted-originals-dip-7-in-2020-fx-says-4124718/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

GRECO, C.; CHAVES, T. Malhação: da televisão às novas tecnologias midiáticas. In: INTERCOM JÚNIOR – XIV JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM COMUNICAÇÃO / 41º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Joinville, SC, 2018. DT 4 – Comunicação Audiovisual, GP Ficção Seriada.

GUANABARA, B. Chega de clichê e vulgaridade. Entrevista com Maitê Proença. Caderno B. Jornal do Brasil, Rio de Janeiro, p. 6–7, 19 mar. 2006. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=030015_12&pasta=ano%202000&pesq=chega%20de%20clich%C3%AA%20e%20vulgaridade&pagfis=170042. Acesso em: 10 jul. 2025.

HALL, S. A identidade cultural da pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HAMBURGER, E. Beto Rockfeller, a motocicleta e o Engov. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, v. 41, n. 41, p. 14–36, 2014. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2014.83419>.

HAMBURGER, E. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: NOVAIS, F. História da vida privada no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 439–487.

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

HARTMAN, S. Scenes of subjection: terror, slavery and self-making in nineteenth-century America. New York: W. W. Norton & Company, 2022.

HARTMAN, S. Vênus em dois atos. Revista Eco-Pós, v. 23, n. 3, p. 12–33, 2020. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27640>.

HIGA, P. Novo padrão de TV aberta transmite em 4K HDR a 120 Hz: ATSC 3.0 já começou a ser adotado por emissoras, mas TVs ainda não estão disponíveis para consumidores. Tecnoblog, 2019. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/atsc-3-padrão-tv-digital-aberta-4k-hdr-120-hz/>. Acesso em: 18 jan. 2025.

HUYSEN, A. Seduzidos pela memória. Rio de Janeiro: Aeroplano; Universidade Cândido Mendes; Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, 2000.

JENKINS, H. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JORNAL DO BRASIL. No ar. Informe JB. Rio de Janeiro, 20 mai. 1986. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Documento n. 6174. Acesso em: 12 mai. 2025.

JORNAL DO BRASIL. Dona Beija assusta a concorrência. Rio de Janeiro, 8 abr. 1986. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Documento n. 6127. Acesso em: 12 mai. 2025.

KANTAR IBOPE MEDIA. Audiência de TV PNT TOP 10 – 02/06/25 a 08/06/25. 2025. Disponível em: <https://kantaribopemedia.com/conteudo/dados-rankings/audiencia-de-tv-pnt-top-10-02-06-25-a-08-06-25/>. Acesso em: 11 jun. 2025.

KEHL, M. R. As novelas, novelinhas e novelões. In: CARVALHO, E.; KEHL, M. R.; RIBEIRO, S. N. Anos 70: televisão. Rio de Janeiro: Europa, 1979–1980. p. 49–73.

KEHL, M. R. Eu vi um Brasil na TV. In: SIMÕES, I. F.; COSTA, A. H. da; KEHL, M. R. Um país no ar: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 277–323.

KEHL, M. R. Um só povo, uma só cabeça. In: CARVALHO, E.; KEHL, M. R.; RIBEIRO, S. N. Anos 70: televisão. Rio de Janeiro: Europa, 1979–1980. p. 5–59.

KELLER, M. Experienced mood and commodified mode. *Medien & Zeit*, p. 61–71, 2016.

KOGUT, P. Crítica: Cordel encantado – excelente. *O Globo*, 2011. Disponível em: <https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/critica/noticia/2011/04/critica-cordel-encantado-excelente-374896.html>. Acesso em: 25 jun. 2025.

LAGE, M. A estreia de “Dona Beija”: a Manchete apostava alto na cortesã de Araxá. Caderno B (capa). *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 31 mar. 1986. Disponível em: <https://shre.ink/S9E7>. Acesso em: 09 jul. 2025.

LEONARDOS, T. *Dona Beija: a feiticeira do Araxá*. Rio de Janeiro: Record, 1986.

LOBATO, R. *Netflix nations: the geography of digital distributions*. New York: Oxford University Press, 2019.

LOPES, M. I. V. de. A televisão, hoje: TransTV – a televisão como ecossistema digital-narrativo. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Televisão, 33º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, 23–26 jul. 2024.

LOPES, M. I. V. de; CASTILHO, F. Recepção transmídia: perspectivas teórico-metodológicas e audiências de ficção televisiva online. *Galáxia*, São Paulo, n. 39, p. 39–52, set.–dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-255435151>.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, v. 26, p. 17–34, 2003. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>.

LOTZ, A. D. *Portals: a treatise on internet-distributed television*. Ann Arbor: Michigan Publishing, University of Michigan Library, 2017.

LOTZ, A. D. The persistence of television. *Flow Journal*, 2014. Disponível em: <https://www.flowjournal.org/2014/01/the-persistence-of-television/>. Acesso em: 07 set. 2025.

LOTZ, A. D. *The television will be revolutionized*. New York: NYU Press, 2007.

LOTZ, A. D. *The television will be revolutionized*. 2. ed. New York: NYU Press, 2014.

LOTZ, A. D. What is US television now? *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, v. 625, n. 1, p. 49–59, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716209338366>.

LOTZ, A. D.; EKLUND, O.; SOROKA, S. Netflix, library analysis, and globalization: rethinking mass. *Journal of Communication*, p. 511–521, 2022.

MACHADO, A. A televisão levada a sério. Rio de Janeiro: Senac, 2000.

MACHADO, A. Fim da televisão? *Revista Famecos*, v. 18, n. 1, p. 86–97, 2011.

MACHADO, A.; BECKER, B. Pantanal: a reinvenção da telenovela. São Paulo: EDUC, 2008.

MACHADO, J. Com Camilla Pitanga e Murilo Rosa no elenco, HBO Max anuncia produção de sua primeira novela. *Observatório da TV*, 2023. Disponível em: <https://observatoriodatv.com.br/noticias/com-camila-pitanga-e-murilo-rosa-no-elenco-hbo-max-anuncia-producao-de-sua-primeira-novela>. Acesso em: 03 mar. 2025.

MAGNO, M. I. C. et al. Inovações narrativas e estilísticas em Amor de Mãe: caminhos da telenovela brasileira em tempos de pandemia. In: Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19. Alumínio, SP: CLEA Editorial, 2021. v. 7, p. 59–79. DOI: 10.29327/552823.1-3.

MARTIN, B. Homens difíceis: os bastidores do processo criativo de Breaking Bad, Família Soprano, Mad Men e outras séries revolucionárias. São Paulo: Aleph, 2015.

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

MARTÍN-BARBERO, J. Matrices culturales de la telenovela. *Revista Culturas Contemporáneas*, Colima, Universidad de Colima, 1988.

MARTÍN-BARBERO, J. Oficio do cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. Exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001.

MATTELART, A.; MATTELART, M. O carnaval das imagens. São Paulo: Brasiliense, 1989.

MATTOS, L. “Paraíso” tem pior estreia da década. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0703200717.htm>. Acesso em: 15 abr. 2025.

MCKEE, R. Story. Curitiba: Arte & Letra, 2013.

MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix, 1971. p. 346–379.

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, 2023. DOI: <https://doi.org/10.53450/2179-1465>.

MEIMARIDIS, M.; QUINAN, R. A ficção seriada televisiva estadunidense durante a Peak TV: hibridismo, serialização e fidelização. *Revista PPGCOM-UFJF*, v. 16, n. 1, p. 61–78, 2022.

MELEIRO, A. O que muda com a alta definição: as mudanças importantes que a HD traz na direção de arte e em outros aspectos da produção. 2002. Disponível em: http://issuu.com/telaviva/docs/pdf_123q6?e=1344148/3988471. Acesso em: 16 jan. 2025.

MELLO e SOUZA, L. de. Desclassificados do ouro: a pobreza mineira no século XVIII. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

MELLO e SOUZA, L. de. Opulência e miséria das Minas Gerais. São Paulo: Brasiliense, 1997.

MELO, J. M. As telenovelas da Globo: produção e exportação. São Paulo: Summus, 1988. 70 p.

MEMÓRIA GLOBO. Cem anos-luz. Explode Coração. Boletim de Programação: Rede Globo, Rio de Janeiro, n. 1193, nov. 1995. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/cem-anos-luz/noticia/cem-anos-luz.ghhtml>. Acesso em: 15 mar. 2025.

MEMÓRIA GLOBO. O fim do mundo. Boletim de Programação: Rede Globo, Rio de Janeiro, n. 1217, mai. 1996. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/novelas/o-fim-do-mundo/noticia/o-fim-do-mundo.ghhtml>. Acesso em: 16 mar. 2025.

MEMÓRIA GLOBO. Vale a Pena Ver de Novo. 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/exclusivo-memoria-globo/projetos-especiais/vale-a-pena-ver-de-novo/noticia/vale-a-pena-ver-de-novo.ghhtml>. Acesso em: 04 ago. 2024.

MENDES, D. F. Série não é novela. 2014. Disponível em: <https://davidfmendes.wordpress.com/2014/05/04/serie-nao-e-novela/>. Acesso em: 19 jan. 2025.

MITTELL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. *MATRIZES*, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 29–52, jan./jun. 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p29-52>.

MITTELL, J. TiVoing childhood: time-shifting a generation's concept of television. In: KACKMAN, M.; BINFIELD, M.; PAYNE, M. T.; PERLMAN, A.; SEBOK, B. (eds.). *Flow TV: television in the age of media convergence*. New York: Routledge, 2011. p. 46–54.

MONTANDON, R. M. S. de. *Dona Beja: desfazendo as teias do mito*. 2002. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2002.

NASCIMENTO, V. A. Literatura, história e gênero: representações de Dona Beja no romance histórico “A vida em flor de Dona Bêja”, de Agripa Vasconcelos. 2022. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes), Montes Claros, 2022.

NETO, V. S. dos S.; LESSA, L. A.; BRESSAN JÚNIOR, M. A. Pensar a memória e a função do arquivo televisivo na era do streaming: um olhar para a plataforma Globoplay. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 36, n. 78, p. 182–200, jan.–abr. 2023. DOI: <http://doi.org/10.1590/S2178-149420230110>.

NOTÍCIAS DA TV. Com “O Tempo Não Para”, novela das sete tem melhor primeira semana em 10 anos. 2018. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/com-o-tempo-nao-para-novela-das-sete-tem-melhor-primeira-semana-em-10-anos--21730>. Acesso em: 10 jan. 2025.

NOTÍCIAS DA TV. “O Tempo Não Para” tem pior desfecho de novela das sete em mais de quatro anos. 2019. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/o-tempo-nao-para-tem-pior-ultimo-capitulo-de-novela-das-sete-em-mais-de-quatro-anos-24609>. Acesso em: 10 jan. 2025.

NYE, J. S. *Soft power: the means to success in world politics*. New York: PublicAffairs, 2005. Disponível em: <http://www.publicaffairsbooks.com/publicaffairsbooks-cgi-bin/display?book=1586482254>. Acesso em: 09 out. 2025.

O GLOBO. Bridgerton: terceira temporada se torna a 10ª maior série em inglês da Netflix. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/07/03/bridgerton-3-se-torna-a-10a-maior-serie-em-ingles-da-netflix-com-919-milhoes-de-visualizacoes.ghtml>. Acesso em: 11 jun. 2025.

O GLOBO. Netflix anuncia sua primeira novela, com Juliana Paes e Vladimir Brichta no elenco. 2023. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/cultura/streaming/noticia/2023/04/netflix-anuncia-sua-primeira-novela-com-juliana-paes-e-vladimir-brichta-no-elenco.ghtml>. Acesso em: 12 jan. 2025.

O GLOBO. Primeiro semestre de 2025 registra crescimento de público e renda nos cinemas do Brasil. 2025. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2025/07/07/primeiro-semestre-de-2025-registra-crescimento-de-publico-e-renda-nos-cinemas-do-brasil.ghtml>. Acesso em: 26 ago. 2025.

O GLOBO. Quem matou Odete Roitman? O mistério que mobilizou campanha e jogo do bicho. Blog do Acervo, 2024. Disponível em:
<https://oglobo.globo.com/blogs/blog-do-acervo/post/2024/01/quem-matou-odete-roitman-o-misterio-que-mobilizou-campanha-e-jogo-do-bicho.ghtml>. Acesso em: 10 jun. 2025.

ORTIZ, R. A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 2001.

ORTIZ, R. Evolução histórica da telenovela. In: ORTIZ, R.; BORELLI, S. H. S.; RAMOS, J. M. O. Telenovela: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991. p. 11–54.

ORTIZ, R.; RAMOS, J. M. O. A produção industrial e cultural da telenovela. In: ORTIZ, R.; BORELLI, S. H. S.; RAMOS, J. M. O. Telenovela: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991. p. 111–182.

PALLOTTA, F. Netflix perde quase um milhão de assinantes no 2º tri, mas resultados agradam mercado. CNN Brasil, 19 jul. 2022. Disponível em:
<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/netflix-perde-quase-um-milhao-de-assinantes-no-2o-tri-mas-resultados-agradam-mercado/>. Acesso em: 12 fev. 2025.

PALLOTTINI, R. Dramaturgia de televisão. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PRESS, J.; JARVEY, N. TV's streaming bubble has burst, writers are striking, and "everybody is freaking out". Vanity Fair, 1º mai. 2023. Disponível em:
<https://www.vanityfair.com/hollywood/2023/05/tv-streaming-bubble-has-burst-writers-strike-looms>. Acesso em: 15 dez. 2024.

RAMOS, J. M. O.; BORELLI, S. H. S. A telenovela diária. In: ORTIZ, R.; BORELLI, S. H. S.; RAMOS, J. M. O. Telenovela: história e produção. São Paulo: Brasiliense, 1991. p. 55–108.

RAMOS, R. Grã-finos na Globo: cultura e merchandising nas novelas. Petrópolis: Vozes, 1987.

REVISTA MANCHETE. A cada noite, apenas um homem era sorteado para desfrutar da cama de Beija. Rio de Janeiro, n. 1772, ano 34, 5 abr. 1986. Disponível em: <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=004120&pasta=ano%20198&pesq=dona%20beija&pagfis=237237>. Acesso em: 25 jun. 2025.

REVISTA MANCHETE. Depois da Marquesa, Maitê é Dona Beija. Rio de Janeiro, n. 1756, ano 35, p. 120, 14 dez. 1985. Disponível em: <https://memoria.bn.gov.br/DocReader/docreader.aspx?bib=004120&pasta=ano%20198&pesq=dona%20beija&pagfis=235177>. Acesso em: 25 jun. 2025.

RIBEIRO, A. P. G. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. E-compós, Brasília, v. 21, n. 3, 2018.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

RIBEIRO, A. P. G. et al. Remakes, reprises e cultura da nostalgia em tempos de Covid-19: dinâmicas da memória na teledramaturgia da Globo. In: Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19. Alumínio, SP: CLEA Editorial, 2021. v. 7, p. 169–188. DOI: 10.29327/552823.1-8.

RICCO, F.; VANNUCCI, J. A. Biografia da televisão brasileira. São Paulo: Matrix, 2017. 2 v.

RIOS, D.; MEIMARIDIS, M.; MAZUR, D. À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix. Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 56, e138185, 2024. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583.56.1381852024>.

ROCHA, S. M. Desenvolvimento tecnológico, estilo televisivo e telenovelas: possíveis reconfigurações do gênero na produção de Gabriela. Galáxia, São Paulo, n. 29, p. 180–194, jun. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015119029>.

SÁ, G. B. de. Escravização ilegal e representações da história: considerações sobre o filme “12 anos de escravidão”. Captura Crítica, v. 4, p. 273–279, 2013. Disponível em: <https://ojs.sites.ufsc.br/index.php/capturacritica/article/view/3189>. Acesso em: 09 jul. 2025.

SACCHITIELLO, B. O que explica a atual onda de remakes das novelas? Meio & Mensagem, 2024. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/o-que-explica-a-atual-onda-de-remakes-das-novelas>. Acesso em: 25 jan. 2025.

SADEK, J. Telenovela: um olhar do cinema. São Paulo: Summus, 2008.

SANTIAGO, A. L. “Pedaço de mim” lidera o ranking mundial de séries de língua não inglesa mais vistas da Netflix. *O Globo*, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/play/series/noticia/2024/07/16/pedaco-de-mim-lidera-o-ranking-mundial-de-series-de-lingua-nao-inglesa-mais-vistas-da-netflix.ghtml>. Acesso em: 18 abr. 2025.

SICILIANO, T.; AUCAR, B.; MORATELLI, V. O mundo dos Bridgerton: narrativas identitárias no streaming. *RuMoRes*, v. 18, n. 35, p. 135–154, 2024.

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.

SIMÕES, I. F.; COSTA, A. H. da; KEHL, M. R. Um país no ar: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SINGER, B. *Melodrama and modernity: early sensational cinema and its contexts*. New York: Columbia University Press, 2001.

SOUZA, D. População escrava do Brasil é detalhada em Censo de 1872. Fundação Cultural Palmares, 2013. Disponível em: <https://www.gov.br/palmares/pt-br/assuntos/noticias/populacao-escrava-do-brasil-e-detalhada-em-censo-de-1872>. Acesso em: 01 abr. 2025.

SOUZA, M. C. J. de et al. Roteiristas-autores e a inovação nas telenovelas da década de 2010 ao contexto da pandemia. In: *Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19*. Alumínio, SP: CLEA Editorial, 2021. v. 7, p. 18–36. DOI: 10.29327/552823.1-1.

STRAUBHAAR, J. D. Brazilian television: the decline of American influence. *Communication Research*, v. 11, n. 2, 1984.

STRAUBHAAR, J. Cultural proximity. In: JIN, D. Y. (ed.). *The Routledge handbook of digital media and globalization*. New York: Routledge, 2021.

STRAUBHAAR, J.; RAI, S.; FURTADO, S. D.; SANTILLANA, M. A interdependência assimétrica revisitada: Netflix adiciona múltiplas camadas ao fluxo global da televisão. In: *ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 33., 2024, Niterói. Anais [...]. Niterói: UFF, 2024.

STRAUBHAAR, J.; SANTILLANA, M.; JOYCE, V. de M. H.; DUARTE, L. G. From telenovelas to Netflix: transnational, transverse television in Latin America. Cham: Palgrave Macmillan, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-77470-7>.

STYCER, M. Globo cresce no Ibope em 2020 e ganha público entre crianças e adolescentes. UOL, 11 ago. 2020. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/mauricio-stycer/2020/08/11/com-reprises-globo-cresce-e-ganha-publicoentre-criancas-e-adolescentes.htm>. Acesso em: 11 jun. 2025.

STYCER, M. Por que é preciso urgentemente reduzir a duração das novelas. 2019. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2019/02/02/por-que-e-preciso-urgentemente-reduzir-a-duracao-das-novelas/>. Acesso em: 15 abr. 2025.

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

TÁVOLA, A. A telenovela brasileira: história, análise e conteúdo. São Paulo: Globo, 1996.

TAY, J.; TURNER, G. Not the apocalypse: television futures in the digital age. International Journal of Digital Television, v. 1, jan. 2010, p. 31–50. DOI: <https://doi.org/10.1386/jdtv.1.1.31/1>.

THOMPSON, K. Storytelling in film and television. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2003.

TOLIPAN, H. Nunca reprisada, problemática novela de Lauro César Muniz, “Os Gigantes”, volta fragmentada no Globoplay. 2024. Disponível em: <https://heloisatolipan.com.br/tv/nunca-repisada-problematica-novela-de-lauro-cesar-muniz-que-foi-demitido-os-gigantes-volta-fragmentada-no-globoplay/>. Acesso em: 16 jun. 2025.

UNESCO. Traditional Vallenato music of the Greater Magdalena region. 2015. Disponível em: <https://ich.unesco.org/en/USL/traditional-vallenato-music-of-the-greater-magdalena-region-01095?USL=01095>. Acesso em: 15 jun. 2025.

VAQUER, G. Netflix supera 25 milhões de clientes no Brasil; quase metade está em plano com anúncios. Folha de S. Paulo, 2025. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/columnistas/outro-canal/2025/02/netflix-supera-25-milhoes-de-clientes-no-brasil-quase-metade-esta-em-plano-com-anuncios.shtml>. Acesso em: 20 jun. 2025.

VASCONCELOS, A. A vida em flor de Dona Beja: romance do ciclo do povoamento nas Gerais. Belo Horizonte: Itatiaia, 1985.

VEJA. De volta ao passado: com a bem-sucedida Dona Beja, a Rede Manchete recupera o prestígio das novelas de temas históricos. 9 abr. 1986. Banco de Dados

TV-Pesquisa, doc. n. 6128. Disponível em: <https://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

WESTIN, R. 1º Censo do Brasil, feito há 150 anos, contou 1,5 milhão de escravizados. Arquivo S, Agência Senado, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/arquivo-s/1o-censo-do-brasil-feito-ha-150-anos-contou-1-5-milhao-de-escravizados>. Acesso em: 01 abr. 2025.

WILLIAMS, R. Television: technology and cultural form. New York: Schocken Books, 2004.

WILLIAMS, R. Televisão: tecnologia e forma cultural. Belo Horizonte: PUC Minas; Boitempo, 2018.

WOLFF, M. A televisão é a nova televisão. Rio de Janeiro: Globo, 2015.

WOLTON, D. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

XAVIER, R. Almanaque da TV: 50 anos de memória e informação. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

YAMAMOTO, N. P. Dona Beija, o prazer é todo dela. Folha da Tarde, São Paulo, 1986. Disponível em: <https://shre.ink/S12j>. Acesso em: 09 jul. 2025.

APÊNDICES

A. ENTREVISTA COM DANIEL BERLINSKY

Autor de *Dona Beja*. Entrevista concedida através de chamada de vídeo no dia 03/08/2024.

Por questões de confidencialidade contratual, alguns trechos foram omitidos da transcrição à pedido do entrevistado.

00:02

J.B.: O meu objeto de estudo no mestrado é justamente essa mudança de paradigma desse produto que chamam de novela, que foi para o *streaming* e que tem tantas diferenças com a nossa novela tradicional que a gente está acostumado da TV aberta. Eu participei daquela tua mesa no Rio2C, onde você listou diversas diferenças entre elas.

00:46

D.B.: Eu acho que tenho a tabela, porque você não foi a única pessoa que ficou interessada. Foi uma tabela que fiz pra usar lá, mas eu ainda a tenho.

Figura 12: - Tabela criada por Daniel Berlinsky com a lista das principais diferenças apontadas por ele entre as telenovelas para a TV aberta e as telenovelas para o streaming

TV ABERTA	STREAMING
EPISÓDIOS DIÁRIOS + CONSUMO IMEDIATO GANCHOS FINAIS + MAIOR IMPROMPTU	EPISÓDIOS EM PACOTE + CONSUMO CONTROLADO GANCHOS DE PACOTE + SEM FIOS SALTOS
PÚBLICO AMPLO E DIVERSIFICADO PERSONAGENS MNS PLATÁRIOS + RITMO Lento	PÚBLICO MAIS SEGMENTADO E GÊNERO-SPECIFICO PERSONAGENS MAIS COMPLEXOS + RITMO Lento
EXIBIÇÃO EM HORÁRIO DETERMINADO LIMITAÇÃO FAIXA ETÁRIA	EXIBIÇÃO DETERMINADA PELO ESPECTADOR MENOS LIMITAÇÕES + OUSADIAS
CORTESIA ADEQUADO AO HORÁRIO SEXO / VIOLENCIA (ARMAS)	CONTÉUDO MAIS LIVRE + PRATELEIRA DE SÉRIES + SEXO / + VIOLENCIA
INTERVALOS COMERCIAIS GANCHOS E REITERAÇÕES	MENOS INTERRUPÇÕES SEM ECOS
Mais de 100 CAPÍTULOS (AMOR x VIDA) QUANTIDADE IMPORTA	MENOS CAPÍTULOS SEM ESTRUTURA MAIS AMARRADA
ESCRITA COM EXIBIÇÃO E FEEDBACK + FEEDBACK AJUSTES + OUTRAS VOZES + GRUPOS DE DISCUSSÃO	OBRA FECHADA + METRÍCAS DE VISUALIZAÇÃO SEM AJUSTES + AVALIAÇÕES
ORGANISMOS MAIS FLEXÍVEIS HÁ OUTRAS SIMULTÂNEAS	ORGANISMOS DETERMINANTES LISTAS TÉCNICAS BALIZADORES
EXIBIÇÃO PACÔNOMA + VENDAS + DIREITOS	EXIBIÇÃO INTERPACIONAL + SI + DIREITOS
PRODUÇÃO CONTINUA E RÁPIDA ABSORÇÃO DO TEMPO AGORA	PRODUÇÃO MAIS LENTA E COM FASES RISCOS DE EVOLUÇÕES
NARRATIVA SEM PREPARAÇÃO E REITERAÇÃO MAIS IMPROMPTU	NARRATIVA SEM TEMPOS MORTOS MAIS PREPARAÇÃO

00:56

J.B.: Uma cola, né? Tá bom. O que eu quero estudar é justamente isso. Primeiro, o fato de ser um produto que, em vários aspectos, não tem nada a ver com a novela, com que a gente tá acostumado a lidar. Além disso, a Netflix, por exemplo, não chamou de novela, chamou de melodrama. São só 17 episódios, tem todas as características do melodrama e os caras definiram que não é uma novela. A Warner, por sua vez, insiste em chamar de novela. Então, o que eu estou tentando entender, é se tem a ver com o sentimento da nostalgia, com o que a novela representa para o público brasileiro. Então gostaria de conversar contigo, por você ser um pioneiro nesse tipo de produto a que chamam de novela. Então vou te pedir de novo, pra listar essas diferenças.

02:11

D.B.: Eu estou tentando só abrir a tabela, porque eu posso te mandar e a gente pode falar dela de novo, não tem problema nenhum, porque vai ser sobre ela o assunto, pelo que você quer...

02:21

J.B.: Em todos os sentidos, em termos de produção, de dramaturgia, eu acho que aponta para um produto um pouco diferente.

02:37

D.B.: Mas você sabe que, voltando a uma coisa que você falou, embora eles não tenham chamado *Pedaço de mim* na Netflix de novela, no final eles acabaram deixando isso aí, na divulgação tem uma série com gosto de novela, uma novela com tamanho de série, eles ficaram brincando com essa coisa, porque o público conhece novela, então se tem um nome novela atrai o público. Mas, na minha opinião, é uma novela, porque se você olhar para trás, as novelas lá no começo eram míнимas, não eram do tamanho que têm hoje. Então, não acho que seja a quantidade de capítulos que define a novela. Além disso, lá atrás, o sistema de produção não era como o de hoje, e se chamava novela, então acho que é só um...

03:16

J.B.: Era ao vivo, era quase como um teatro gravado, não é?

03:20

D.B.: E depois tinha gravado, mas não era com a produção grande que temos hoje, e era novela. Também temos rádio novela... Então eu acho que é só porque ficam fugindo do nome, porque há um preconceito com o nome novela.

03:38

J.B.: Mas, no caso da Warner, me parece que foi interessante para eles.

03:46

D.B.: O que eles falaram na época, assim que começou com o Silvio (Silvio de Abreu, executivo do canal), eles chamavam de telessérie. Então um dia, encontrei com a Mônica (Mônica Albuquerque, head de conteúdo do canal), e ela falou: “- o marketing conversou com a gente e decidimos, internamente, chamar telessérie, porque não é o produto novela, como ele é feito na TV aberta, mas para o público vai ser novela”. -

Para quem vai assistir, o produto é o mesmo, não é o mesmo na forma de fazer, mas é o mesmo interesse que uma novela atrai, o que esse vai atrair. E aí passaram a chamar de novela, por uma questão mercadológica mesmo. E eu acho interessante. Me parece que eles tiveram um problema em chamar de mini novela, para não parecer que se estava diminuindo a novela, mas é uma mini novela, não é?

04:30

J.B.: Sim. Então eu acho que uma das principais diferenças em todos os sentidos, tanto em termos de produção quanto em termos de criação, é o fato de ser uma obra fechada, na qual a gente vai terminar de produzir a novela e a gente só vai colocar no ar daqui a, sei lá quanto tempo, a depender da estratégia de lançamento deles. E a gente não vai ter o acompanhamento do retorno de audiência, que é algo que direciona uma novela tradicional.

05:25

D.B.: Nem a possibilidade de adaptar, porque mesmo se a gente tiver o acompanhamento, pois parece que em *Pedaço de mim* eles estão divulgando, mas não há mais o que fazer. Está feito. Não há mais o que fazer. Está escrito.

05:35

J.B.: Por um lado, nos livra da pressão, de que quando não está dando certo, tem que botar no trilho. É um inferno na vida de todo mundo, mas ao mesmo tempo a gente pode ser muito mais assertivo, me parece.

05:49

D.B.: É, nos livra da pressão, mas também nos livra da possibilidade de salvar um trabalho que o público rejeita. Deu certo, deu, não deu, não deu.

05:58

J.B.: Exato. Eu estava vendo uma entrevista da Rosane Svartman, em que ela falava que muitas das séries que a gente vê no streaming, chamadas de séries, seguem as características do melodrama e da novela. Se você pegar *One Tree Hill*, é uma novela dividida em temporadas de dez episódios. Ela até fala que a Netflix estuda fazer pesquisas entre as temporadas para tentar, da temporada um para a temporada dois, ajustar, talvez, o que acharem que precisa ajustar.

06:37

D.B.: É novela então, não é? Muito parecido com uma novela de TV aberta.

06:40

J.B.: E no nosso caso não tem essa possibilidade. No nosso caso, e no caso de *Beleza fatal* da Netflix, a gente não vai ter essa possibilidade realmente. O que muda pra você escrevendo e criando isso? Muda muito, não muda, facilita?

07:03

D.B.: Facilita em algumas coisas e dificulta em outras. Daqui a pouco eu procuro a tabela então. O que acontece é que quando a gente começou, quando pegamos esse

produto para escrever, e como começamos meio juntos: o Rafael (Montes, autor de *Beleza Fatal*) já estava escrevendo, a Ângela (Chaves, autora de *Pedaço de mim*), acho que estava começando também. Acredito que foi tudo mais ou menos na mesma época, embora o Rafael tenha começado antes, a dele teve um processo maior, porque era a primeiríssima. Então a gente não tinha referencial. Portanto, o referencial para a gente eram essas séries que são novelas. *This is us* é novela. E sobretudo a gente como público. Eu e o Barreira (Antônio Barreira, co-autor de *Dona Beja*) sentamos e fizemos esse levantamento de situações, para entender as diferenças, e em seguida, como resolver aquilo que não se tinha? Então a primeira coisa é, como você falou, que eu acho que é o que salta aos olhos, é o fato de ser uma obra fechada. Isso muda tudo, mas apesar de algumas pessoas dizerem, que só isso já definiria que não é novela, eu discordo um pouco, porque se a gente voltar no tempo, e olhar aquelas minisséries, *Memorial de Maria Moura*, *Riacho Doce*, que pegavam o mesmo público de novela, para nós, era uma novela mais elaborada, exatamente porque eram obras fechadas. E eu posso estar enganado, mas lembro que teve uma novela das seis, que foi uma obra fechada, cujo nome agora não vou me lembrar, mas tinha a Sandra Bréa. Eu me lembro de uma história assim.

08:33

J.B.: Durante a pandemia, tivemos duas novelas ou mais, que só foram lançadas quando estavam totalmente produzidas.

08:40

D.B.: Pois é, então não é isso que “desdefine”. Isso é uma característica da novela da TV aberta, mas não é a única coisa que define uma novela. Então falei: “- Barreira, a gente vai lidar com uma obra fechada”. Em se tratando de uma obra fechada, me parece que a exigência que você tem diante dela, em termos de estrutura de história, é diferente da TV Aberta. Na TV Aberta é quase como se você fosse no McDonald's comer um hambúrguer. A exigência que você tem sobre aquela comida é um pouco diferente, porque é rápida. A gente vai dar um negócio que a pessoa pode ver, voltar, rever, pausar, voltar, ver de novo, ver cinco vezes. Ver para sempre, então, falei sobre a novela aberta, mas ela está indo pra Globoplay. Então, também acho que, em algum momento, a novela da TV aberta vai ter que mexer.

Se você pega uma novela da TV aberta pra ver gravada, perde-se um pouco o interesse. Outro dia botei uma das minhas favoritas pra ver e o ritmo não me pegou, porque é outro esquema. Uma coisa é que você está ali, aquilo está passando, se você não vir, você perde, e, portanto, você fica. Outra coisa é um negócio que você pode pausar. Então eu falei pro Barreira: “- A gente não pode ter uma estrutura fraca, como tem na TV Aberta”. Fraca no sentido de que as coisas não são tão amarradas mesmo. E como você está numa improvisação, um jogo com público, onde eu ofereço alguma coisa, o público dá um retorno, aí cria-se em cima do retorno, se eu amarrar muito, não tem como fazer esse jogo.

Walcyr (Carrasco, autor de novelas) faz misérias, ele, às vezes, pega a vilã e ela vira mocinha. Isso é impossível se você estiver com a história toda amarrada, isso é possível se você estiver improvisando. Então a novela da TV aberta, se parece muito aquela brincadeira de improvisar. Vamos comprar a história? Eu tenho aqui uma base, e a

partir dela vamos improvisar, de acordo como o público vai reagindo. Na fechada não tem o que fazer.

Então falei que a gente realmente precisaria fazer uma estrutura muito mais de série do que de novela da TV aberta. Todas as histórias têm que ter o seu arco. Nada pode começar e ser abandonado no meio do caminho. Nada pode ser largado por cinco, seis capítulos e não voltar. Agora, por outro lado, o desafio é esse. Você tem que fazer um acabamento de estrutura muito mais efetivo. E aí não dá para você escrever improvisando. Eu não consigo ver. Pode ser que alguém consiga e prefira. Eu acho mais arriscado, acho que demora mais e não funciona para mim.

Então sugeri que a gente fizesse um planejamento de história e de cada uma dessas temporadas para que a gente, quando for para a escaleta, a gente improvise ali na micro escaleta, não na macroestrutura, né? Micro escaleta, não, na microestrutura. Essa foi a primeira coisa que a gente combinou. A segunda coisa é que não dá para você experimentar alguma coisa e simplesmente jogar fora. Que é o que acontece na novela TV Aberta. Experimentei aquele casal. Eu comecei um mistério... A gente realmente vai ter que ir. Agora, a coisa boa é que você tem ela toda ela ali. Você não está cozinhando enquanto estão comendo. Então, você consegue voltar lá no capítulo 1, plantar alguma coisa que você precisa, ir lá no 5 e mudar uma situação inteira, porque a gente fez isso.

A gente já estava no capítulo... É bom que você conhece a *Beja* e vai entender. Quando a gente percebeu, e eu já te conto por quê, pois a gente teve que fazer um tiro. O Mota dava um tiro em Beja, e isso não estava previsto. Nem um pouco previsto. Não está na novela original. O Mota nunca mais volta, então a gente... E eu já te explico por que, teve que fazer isso. E quando a gente fez isso, pensamos: “- Ah, ele voltou porque é apaixonando por ela”, - mas eu falei: “- Barreira, já foi, né? Ela já foi embora, ele tem várias mulheres, ele voltou por dinheiro”. Então, ele voltou pelo diamante. Mas que diamante? O diamante que ela tem na mina que ele deu pra ela, pois a gente tinha feito ele dar uma mina. Então, volta lá e marca melhor essa mina, se não todos já esqueceram. Até então, ele a deixava com dinheiro, mas a gente não falava especificamente de uma mina, aí a gente voltou e marcou a mina. Quando ela fez o diadema, não tinha diamante, depois a gente voltou e fez ela botar o diamante. E aí a usamos esse diadema, posteriormente na personagem dublê dela, que foi a Olívia. Aí nós voltamos e, na época, explicamos para o Silvio, o que tínhamos acabado de pensar e, portanto, em tudo que a gente iria mexer. Desta forma, nós tivemos essa possibilidade de mexer, algo que, na TV aberta não é possível.

12:57

J.B.: Se fosse uma obra aberta, já teria passado, você teria que fazer um flashback...

13:03

D.B.: É isso, um flashback inédito para, mesmo assim ver se ele costura, e antigamente me parece que se chutava o pau da barraca, porque costurava um flashback que não colava com a história, mas como ninguém voltava para ver, você não tinha novela para voltar. De um tempo para cá, não dá mais, porque a pessoa pode ter gravado, pode ver no *streaming*, então, mesmo esses flashbacks costurados, a torto e a direito, não funcionam mais. Desta forma, tínhamos esse desafio, mas tínhamos a possibilidade de ainda mexer.

Quando entendemos isso, que essa estrutura era mais elaborada, eu propus ao Barreira uma coisa que acrediito que ele nunca tinha feito, eu nunca tinha feito, porque em novela não se faz isso, mas eu acho que era o único jeito que eu conseguia me ver fazendo. Assim, quando fomos escrever a sinopse, tínhamos a meta de ela fosse muito detalhada, exatamente para que produção, direção, o canal, todo mundo entendesse exatamente o que a gente estava fazendo, porque a velocidade de escrita não é a mesma do que a da TV aberta, mas por causa das versões e dos notes¹⁰³.

Você acaba produzindo quase a mesma quantidade. É quase como se a gente estivesse escrevendo por semana, ou seja, era bem apertado. Portanto, não teríamos tempo para improvisar uma estrutura elaborada. Então decidimos entrar com ela toda planejada, como um mapa de voo muito completo. E a sinopse vai refletir exatamente isso, para que quem tiver alguma observação diga agora, ou cale-se para sempre, porque depois não dá mais tempo.

Assim aconteceu, tanto com o canal, quanto com a produção, com a questão do orçamento, e a direção, com as questões de direção. Então o que a gente fez? Eu escrevia a sinopse de manhã, e à tarde eu me encontrava com a equipe toda. A gente trouxe a toda a equipe para esse momento, o que não é muito comum na TV aberta. O Gilberto Braga fazia isso, mas não é muito comum você ter a equipe na hora em que você está escrevendo a sinopse.

A gente trouxe a equipe inteira e fizemos continuamente uma coisa que se faz durante a novela, que são as reuniões de criação, que você faz uma vez por semana, uma vez a cada 15 dias, uma vez por mês, dependendo autor e do momento da novela. Então decidimos jogar todas as situações e já ir criando, pegando as sugestões dos colaboradores de trilha, e a gente já foi estruturando a novela toda e já foi narrando na sinopse. Pra quando chegássemos no desenvolvimento dos capítulos, podermos começar a trabalhar a estrutura do capítulo, a estrutura da cena e o diálogo da cena. Assim, estruturamos Dona Beja inteira na parede. A gente estruturou 50, na verdade, depois caíram 10. E no meio de um processo como esse, isso é horrível, pois eu não posso pegar e cortar o 10, pulando do 9 para o 11, é preciso repensar, por que se está tudo elaborado, cada capítulo tem um acontecimento que é importante.

15:51

D.B.: Outra característica de você fazer essa estrutura toda elaborada é que você pode corrigir coisas para trás, porque ainda não foi gravado, você não pode improvisar, e você não precisa também preparar muito, armar muito a jogada e nem reverberar, porque no capítulo da TV aberta, se faz muito isso, pois a velocidade do capítulo é menor. A pessoa pode ter saído para ir ao banheiro, voltar, e se você seguir com muita velocidade, ela vai perder a história.

16:34

J.B.: 160 capítulos, 170 capítulos, você necessariamente vai ter que ter uma velocidade de trama um pouquinho mais lenta. Imagino o esforço de vocês, fazendo uma novela de 40 capítulos com a complexidade que teve Dona Beja. Uma coisa hercúlea, absurda. Mas as novelas que têm 200 capítulos, 160 capítulos, para o autor que mesmo partindo

¹⁰³ Notas enviadas pelo canal aos autores com observações e solicitação de alterações.

de uma premissa original e genial, mas ele conseguir manter esse frescor deve ser um negócio surreal.

17:11

D.B.: Eu acho que são dificuldades diferentes, não acho que seja mais fácil ou mais difícil, porque, ao mesmo tempo que na TV Aberta a gente tem que manter a história para muitos capítulos, o fôlego dela tem que ser gigante, eu posso improvisar à beça, enquanto na outra, em que o fôlego não é tão gigante, eu não posso improvisar nada. É muito mais uma relação entre voar sem rumo, ou voar com um plano de vô... E aí existem profissionais e profissionais. Tem gente que não consegue planejar. Tem gente que chama isso, que a gente fez com a *Beja* de contar a novela duas vezes. Vocês contaram a história e depois vocês recontaram a história, eu não vejo problema nenhum em fazer isso. Mas nem todo roteirista tem a cabeça de planejamento. Gente que gosta de ir na intuição. Na intuição não se faz essa novela que a gente fez.

Ela tem espaço para a intuição, claro, é isso que eu vou te contar agora, mas a intuição não é a base dela. A intuição vem na criação, mas depois a gente trabalha com muito planejamento, e, finalmente, a gente retoma a intuição para ela acontecer. Peraí que agora eu vou me contradizer e te dizer, por que o que que a gente fez? A gente planejou a parede toda e usou como referência o ritmo de série. Eu falava: “- Barreira, a gente vai ter que entender cada uma das tramas”, porque isso na novela de TV aberta também é meio fluido. Você tem uma traminha que, de repente, some, você tem uma trama que surge no meio, e eu falei: “- Não, quais são as tramas?”

A gente identificou cinco tramas, e é como numa série, um *White lotus*, todas as tramas vão andar em todos os capítulos. Era a nossa ideia original. Ninguém para. E o que a gente faz é como se a gente estivesse fazendo multiplot. Exatamente porque a gente não podia ter a Beja tão presente, senão não gravava, a gente definiu que as outras quatro histórias também deveriam ser bem importantes, ter seus protagonistas, e a gente deveria investir muito nelas, porque quando elas estiverem acontecendo a Beja não precisa estar.

Assim a gente fez a primeira versão da sinopse que era muito na linha de *Força do querer*, que a Glória traz o multiplot, a história da Bibi perigosa, não cruzava com a da Geiza... Cruzava porque, em algum momento, ela quis, mas se ela quisesse levar todas elas até o final, cada uma delas mantinha o seu interesse do público, sem problema nenhum, como são todos os filmes multiplots. Tem filmes multiplots em que nada se cruza. Às vezes o que costura é só uma coisa temática, então a gente propõe isso.

19:44

J.B.: *Shortcuts*, né? Filme do Altman.

19:46

D.B.: Aquele, *Crash*, não era?

19:49

J.B.: Também.

19:53

D.B.: E aí, a gente entregou a primeira sinopse, mas a leitura que se teve, por parte do canal, foi que a novela é sobre uma protagonista, o nome da novela é Beja, então para a versão 2, precisamos que Beja esteja costurando tudo, porque, na primeira versão, ela ficou meio isenta, e agora, ela costura tudo. Eu acho, que, inclusive, ali é que surgiu o problema que vocês enfrentaram depois, um pedido do próprio canal, para o qual a produtora não soube dizer não, e a gente obedeceu, porque a produtora disse para gente fazer, nós fizemos e ali é que amarrou tudo. Porque aí a Beja vai pro parto da Carminha, porque se você tem que fazer a heroína costurar tudo, a gente fez, mas originalmente não era assim, entende? O máximo que a gente tinha, era uma conversa da Beja com a Carminha, em que ela empoderava a Carminha. A Carminha vivia a sua própria história. Mas foi um pedido coerente, porque realmente, fala-se da história da Beja, e aí a gente fez.

20:55

J.B.: Isso é uma pergunta que eu vou te fazer, porque dramaturgicamente, em um longa, o protagonista tem que estar em quase 100% das cenas, e nas outras em que não estiver, tem que se estar falando sobre ele. Em novela isso não é possível. A Rosane (Svartman) até fala numa conta de 30%, no máximo.

21:16

D.B.: Essa conta que ela tá falando agora é moderna, né? É bom, porque na verdade, a Globo já está com isso também. Eu ouvi que eles querem que o protagonista esteja em 25% das cenas. Se você parar para pensar, é uma loucura. Você está dizendo que em três quartos do capítulo a protagonista some. Em um capítulo, recebemos uma nota do canal, apontando que Beja está no começo e some, só aparecendo novamente no fim. Eu não vou sentar agora pra explicar pra eles balizadores, né? Mas aí eu precisava atender aos balizadores. Então...

21:45

J.B.: Talvez seja uma das coisas que tenha influenciado o problema de planejamento com um cronograma ali que era inviável de acontecer. Talvez esse cronograma tenha sido feito em cima de um momento em que vocês estavam trabalhando com uma coisa muito mais multiplot, sem a Beja estar presente o tempo inteiro, o que depois dificultou muito a produção.

22:15

D.B.: Sim e não, porque também o balizador, a meta que deram para a gente da presença da protagonista em Beja foi de 50%. Isso ainda antes da entrada da direção, na época em que eles estavam fazendo o orçamento do cronograma básico, calendário, sei lá como é que eles chamavam aquilo. O que foi informado para nós foi que a produção teria duas frentes de gravação. Beja pode estar em todas as cenas de uma frente, mas eu preciso ter uma outra livre. E aí pediram para a gente 50%. A gente começou a fazer, mas achamos, eu não sou produtor e o Barreira também não, mas a gente achou que se eu tenho uma frente inteira com a Beja e a outra não, como é que foi o raciocínio da gente? Essa matemática não batia muito. Porque a Beja vai gravar todas as cenas dela nesse dia, mas todas as cenas dela vão influenciar outras pessoas. Se eu tenho que cobrir 50% da novela com os outros personagens, quem vai gravar

com a Beja? Era uma coisa meio intuitiva. Eu falei para o Barreira que seria melhor a gente atender à meta, mas fazer mais baixo. Tanto que a gente acabou entregando com 38%. O que não é um número ruim.

23:29

J.B.: Mesmo que fosse possível você ter os outros personagens que interagem com Beja na outra frente de gravação, na frente com ela, o fato de você ter Beja em todas as cenas de faz com que você fique parado 40 minutos entre uma cena e outra...

23:47

D.B.: para a troca de roupa dela...

23:49

J.B.: Para a troca de roupa, você não tem como fazer como a gente faz em novela da TV aberta, em que, se a gente sabe que o protagonista demora 40 para trocar, vamos botar ele aqui no item 1 do dia, e depois só no item 4.

23:59

D.B.: Não entra o esquema industrial, não é? Eu acho que a produtora em si não estava acostumada com esse esquema industrial da TV aberta, com o know how de lá. Acho que é isso que eles não entenderam, e ao mesmo tempo, você falou isso, o Barreira falou sobre isso na época, e eu ainda falei sobre outra coisa: “- Se as duas frentes estiverem gravando próximas, a gente puder fazer o vaivém.” Mas eu sabia que não ia ter esse vaivém, porque você não tem a cidade cenográfica no mesmo lugar do estúdio.

24:21

J.B.: Exato. Uma hora de deslocamento entre o estúdio e a cidade cenográfica.

24:25

D.B.: Então a gente achou que esse 50% era uma meta hipotética, como eram hipotéticos, noventa dias, para gravar uma novela de quarenta capítulos.

24:51

J.B.: Mesmo que fosse uma novela contemporânea.

24:52

D.B.: Eu já vi o primeiro capítulo ser gravado quase em 70 diárias, um capítulo de uma novela, dependendo da complexidade. Enfim, está feito...

Mas o que eu ia te falar é que a gente se baseou na velocidade das séries para fazer a parede. Então a gente via cada trama e o arquinho delas, como ela começava, o que acontecia com o personagem nessa história, e como chegava ao final de cada capítulo. A cada passo que ele ia dando, a cada capítulo, para ter a trama toda do começo ao fim. Quando a gente foi para a escaleta, a gente tomou uma surra. E aí você vê que a gente também teve que se basear em suposições que não são iguais.

A gente fez o primeiro, fez o segundo, mas quando chegou ali perto do 10, eu começava a olhar e falava: “- Barreira, não precisa dessa cena, não precisa dessa cena” - porque a gente tem o costume de inflar a história por causa da novela. Você vai a um

piquenique com a sua mulher e a gente faz você tendo a ideia, aí combina o piquenique, aí prepara o piquenique, aí vem o piquenique e a gente divide o piquenique em 10 cenas: 3 falinhas, vai para outra cena e volta. Aí faz a volta do piquenique, faz todos os comentários do piquenique em todos os núcleos possíveis. Isso é novela da TV aberta: “- Esquece isso, Barreira. É o piquenique e já foi.”

A primeira coisa que a gente decidiu é que não teríamos cenas picotadas. De você sair de um jantar e ficar picotando, não tem. A cena tem toda a estrutura dela para ela acontecer. Ela não preenche só espaço. E aí a gente começava a cortar: não precisa dessa cena, não precisa dessa, sobrava pouco. Aí eu falei: “- Pega o próximo capítulo e puxa mais cenas, depois a gente vê”. Então a gente começou a fazer dois capítulos estruturados na parede virarem um em escaleta. O que aconteceu, do 10 ao 20, a gente só tinha 15: “- Vamos precisar bolar cinco capítulos inteiros de improviso.”

26:45

J.B.: Isso quando eram 50, né? Originalmente...

26:48

D.B.: É, ainda eram 50. Aí você vê por que que a TV aberta trabalha com fios soltos. Qual é o único fio solto que a gente tinha? Que a história acabou ali, mas que a gente pode puxar de volta? O Mota. Aí a gente trouxe essa ideia do Mota voltar. A gente trabalhou melhor, voltou, mexeu, e gerou mais um bloco inteiro. O Silvio quando recebeu esse capítulo, tomou um susto e falou: “- Vocês fizeram um capítulo de ruptura, mas eu gostei” - porque a gente conta essa micro história, e a história principal volta no 20.

Só que a gente deu uma sorte muito grande, e a gente nem teve tempo para entender isso, mas essa micro história, fez a história principal dar um passo para frente, porque é por isso que o casal volta. Porque quando chegou no capítulo 20, essa micro história não poderia ser um fio do telefone, que você sai, dá uma volta e volta para o mesmo lugar. A gente teve que dar um jeito de sair e voltar em algum lugar diferente. Senão, a gente só encheria linguiça. Acabou que a gente conseguiu fazer, mas foi um sufoco. Agora, a gente teve vários momentos que precisaram de improviso, não foi só esse. O Silvio derrubou uma coisa da história que ele não gostava, que existia na segunda versão da sinopse e na sinopse V1. E vinha da história original. A gente não amava também, mas o pedido inicial da produtora foi que a gente fosse fiel à trama da novela original. Então, a Beja tinha um romance inteiro com o padre Melo Franco. Mesmo. Virava um romance. Romance talvez não seja a palavra, mas ela tinha um caso com ele. Quando a gente começou a botar isso em diálogo, o Silvio começou a falar: “- Não dá. Vocês nunca mais vão recuperá-la se ela tiver romance com esse cara.”

28:34

J.B.: Eu não me lembro como ele é no original, mas ele é odioso.

28:39

D.B.: No original, acho que ele é mais carismático, o nosso ficou mais escrotão e o ator fez bem escrotão, porque ele também podia ter feito de uma forma mais rica, por outro lado, a gente pode aceitar o nosso Mota um pouco mais quando ele pede Beja em

casamento. Inclusive, depois a gente mexeu nele também, porque a gente achou que as pessoas iriam começar a torcer para ele. Ele estava muito legal com ela.

Ele vigiou toda a fuga dela, a salvou de tudo, se ajoelha e a pede em casamento. Nós comentamos que seria difícil ela voltar para o Antônio, que não estava fazendo nada por ela. Vai se casar com outra. Então a gente, logo em seguida, conta que era tudo um plano dele. Assim, ela vai achar que é esposa e vira puta. Mas aí a gente teve que jogar fora toda essa trama. Tinha todo um desdobramento do quinto ao dez e a Beja só voltaria para a cidade no dez. Aí, numa tarde, deu um estalo e sugeri ao Barreira da gente pular do cinco pro dez. Enfim, tivemos que jogar fora cinco capítulos.

29:46

J.B.: Alguém me falou que vocês condensaram, sei lá, em torno de cinco capítulos no primeiro.

29:51

D.B.: No primeiro, não. O primeiro sempre foi daquele jeito. A gente pulou, acho que a gente fez o capítulo 10 virar 5. Então a gente pegou o 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10 e condensou isso para que virassem 2 capítulos. Foi isso. Mas a gente tirou todo o romance dela, com o padre. Tirou um monte de coisa e foi ótimo. Então, fiz uma reunião com o Silvio e comentei que seria ótimo, porque a gente ganhava mais 5 capítulos lá na frente depois da passagem de tempo para desenvolver mais o casamento dela com o João. Assim, a gente acelerou a volta dela para Araxá. Estruturalmente foi maravilhoso porque no primeiro bloco de capítulos a ser liberado, a Dona Beja é forjada. Ela se torna a Dona Beja. E aí ela volta no último capítulo do primeiro bloco, que eles vão disponibilizar para o público, amarrando com o primeiro. Então foi uma sorte, e deu super certo.

30:42

J.B.: Isso é uma coisa que eu ia te perguntar, qual é a estratégia de lançamento? Serão blocos de cinco capítulos?

30:49

D.B.: Até onde a gente ouvia, e a gente falava muito que a gente concordava, seria assim, de 5 em 5, porque quem está acostumado a ver um capítulo por dia, o pessoal das antigas assiste um por dia. Então é como se fosse uma novela de segunda a sexta, uma novela das 11, que não tinha capítulos aos sábados e nem aos domingos. Segunda retoma. Aí quem quer maratonar, maratona 5 de uma vez, ou em dois dias, e ainda aguenta uma semana de esperar, a próxima leva porque é o que a gente está acostumado com as séries que lançam um por semana.

31:18

J.B.: Mas eles não vão lançar no canal por assinatura? Que é como acontece, por exemplo com *House of Dragons*, todo domingo à noite?

D.B.: 31:27

A gente ouviu uma história de uma negociação para ir para a TV aberta, mas não tenho certeza.

Então, voltando à pergunta inicial, outra coisa que mexe com a gente, é a possibilidade da gente poder fazer personagens mais complexos, na medida em que você está vendo com a atenção completa, você não está indo e vindo, então não precisa ser esquemático, você de cara sabe que aquele é o vilão. Você entra numa novela no meio do caminho e já sabe quem é o vilão, porque toca a música, ele dá a gargalhada: é o vilão. Não precisava, no dia do dia.

31:56

J.B.: Chuta um cachorro...

32:02

D.B.: Isso mesmo. E a gente não precisava disso, então a gente podia fazer personagens mais complexos. A gente podia usar as estruturas narrativas mais complexas, e num determinado momento, a gente perdeu a mão. Quer dizer, eu acredito que teria dado certo, mas o Silvio perguntou se a gente tinha enlouquecido. Ele achou que a gente tinha ido longe demais. E a gente voltou, porque era personagem, tema, aprofundamento temático e estrutura.

A estrutura, eu vou te contar o que a gente tinha feito, porque você conhece bem a novela. A gente fez trama não linear em vários momentos, deu um trabalho enorme pra gente, mas assim são todas as séries de hoje. Não há uma única série linear. Se você botar qualquer uma, você vai ter uma história contada em outra época, de alguma forma. O backstory vem à tona, elas não são mais lineares, porque elas começaram a roubar dos livros. Antigamente, o flashback funcionava como um costura. Alguém se lembra de algo, conta algo, você volta lá, conta e volta.

32:58

J.B.: Aquilo que você falou, não é? Amarra uma ponta que você precisa trazer no presente, que você não plantou lá atrás.

33:05

D.B.: Mas as séries começaram a não fazer isso. Eles começaram a usar um recurso de literatura que eu não vou lembrar o nome agora, que é você como autor, ir para frente para trazer na história, para dar informação para o espectador ou leitor, o que eu quiser nesse momento e você faz da história um grande mosaico, um grande quebra-cabeças. Por isso que eu acho que a série absorve bastante a gente como espectador. Outro dia estava lendo uma pesquisa sobre isso e concordo 100%. É assim que eu abordo meu trabalho. Se eu contar uma história e você só assistir, acho que não te pega mais. Eu preciso fazer dela um quebra-cabeças, que você vá montando peças. A não linearidade é essencial para isso. Porque eu vou dando informações e você induz: Caramba, ela tem uma mágoa por causa disso. Por isso que ela está agindo assim. E você começa a entender multi-camadas daquele personagem.

33:56

J.B.: Uma coisa que eu ia te perguntar, Dani, desculpa te interromper de novo, a impressão que eu tenho é que, quando o canal encomenda uma novela, é porque ele quer atingir, talvez, um público que ele ainda não tenha atingido. Não sei se ainda há espaço para aumentar a base de assinantes, mas qual é o objetivo? Qual a estratégia?

Mas isso é uma coisa que eu ia te perguntar: A novela da TV aberta precisa conversar com classe A, B, C, D e E, homem e mulher, todo mundo no Nordeste, Sul, e a gente sabe que tem um país que é mega conservador. E numa série, com a forma de vocês contarem a história, como você está falando aí, que é muito ousada. Vocês têm capítulos em que você termina com um gancho e quando você volta no capítulo seguinte, você conta uma outra história, não volta necessariamente finalizando esse gancho, resolvendo o gancho. Só depois que você vai falar do gancho. Tem um capítulo em que a Beja interrompe o casamento do Antônio com Angélica, aí quando a gente volta no capítulo seguinte, a gente conta um monte de coisas então, só depois em flashback, quando ela está conversando com o padre Aranha, a gente vê como é que se resolveu a situação do casamento.

Isso é uma coisa da narrativa complexa, que é isso que você está falando do quebra-cabeças, de criar desafios para atrair o público e tal, mas não é uma coisa muito comum em novela. Então o que eu queria te perguntar é se vocês receberam algum briefing do canal nesse sentido? A trama tem que ser mais popular, a trama tem que ser mais complexa? A gente está querendo atingir um público de série, a gente está querendo atingir um público maior? Tem alguma coisa nesse sentido?

NESSE MOMENTO, A CHAMADA DE VÍDEO FOI ENCERRADA E INICIAMOS UMA NOVA CHAMADA.

D.B.: Então, retomando o que eu tinha falado, a gente, na verdade, aprofundou bastante o personagem, trama e estrutura, e temática. Vou te dar dois exemplos. A estrutura a gente chegou no momento em que o Antônio estava tentando entender quem teria atirado em Beja, quem teria tentado matar Beja e a gente abria um capítulo. Lembra que a gente fez, as simulações? A gente materializou essas simulações¹⁰⁴, mas em um capítulo, a gente entrou dentro da cabeça dele. Então, ele via materialização. Ele conversa com a mãe dentro da materialização: “- meu filho, você sabe que isso aqui é coisa da sua cabeça, né? Eu nunca pegaria essa arma.” - a gente entrou nesse lugar e mandou. Aí a gente recebeu esse feedback, tipo: foram longe demais, voltem um pouquinho.

02:19

D.B.: Portanto, você me perguntou se o canal tem como objetivo um público de novela, que é considerado mais tradicional e a gente propõe uma estrutura como essa... Se isso foi uma encomenda, se foi uma proposta nossa. Você quer saber? Ninguém sabe direito o que que eles pretendem. Quer dizer, todo mundo sabe que eles pretendem assinantes. O que eu me pergunto é se alguém que não tem nenhuma assinatura no *streaming* vai assinar esse *streaming* especificamente por causa de uma novela. Não sei. Aquele público especificamente de novela que faz o jantar, cozinha vendo novela?

03:15

¹⁰⁴ Conforme o personagem Antônio tenta conjecturar os possíveis responsáveis pelo tiro, essa hipótese é encenada na novela, como se o espectador entrasse nos pensamentos dele.

D.B.: Difícil. Eu acho que quem vai ver novela no *streaming* é quem gosta de novela e não tem assinatura deste *streaming*, mas tem de outros. Eu não acho que alguém totalmente virgem de *streaming* vai catar um *streaming* por causa de uma novela, porque talvez nem saiba que essa novela tá acontecendo, porque ela nem tem rede social. Isso é um pensamento que pode estar errado. Mas outro pensamento que eu tenho também é o seguinte: eu acho que o público não é tão burro quanto algumas pessoas acham que é. Então, quando o João Emanuel Carneiro (autor de telenovelas) vem com a *Avenida Brasil*, na qual ele já traz uma pegada de série para a novela, a velocidade é outra, os personagens são... E a novela fica super popular no mundo todo, isso, para mim, só prova que o público de burro, não tem nada. E a gente já teve *Casarão*. Já teve novelas supersofisticadas lá atrás. *O Rebu*, por exemplo. Algumas não foram sucessos de público, porque elas são nichadas. É a mesma coisa que você servir, um hambúrguer gourmet ou um hambúrguer do McDonald's, entendeu? Então, o que eu falava para o Barreira é que a gente vai estar lado a lado com um monte de produtos.

04:58

D.B.: A pessoa não fala, eu só quero ver novela. Acontece com a gente. Você liga o *streaming* e você não fala isso. No máximo que você decide se quer ver um filme ou uma série. Se você quer terminar a história hoje ou não... Mas, mesmo isso muda. Às vezes, é porque no filme, quando você vê, você está vendo um capítulo de uma série.

05:11

J.B.: É

05:12

D.B.: Então, não acho que a novela que vai guiar ali. Eu acho que o boca a boca da novela pode trazer gente. Mas eu acho que as primeiras atrações da novela vão ser dentro do público do próprio *streaming*. Eu acredito nisso. Ninguém nunca falou pra gente. O que se falava era o seguinte: Não é uma novela, é uma telessérie. E o que é uma telessérie? É uma telenovela com cara de série, é uma série com cara de novela. Mesma coisa que a Netflix está fazendo. É uma série que...

05:37

J.B.: Uma série com fôlego maior.

05:40

D.B.: Não, mas não é nem com fôlego, mas é uma série com cara de novela.

05:43

J.B.: O que você poderia ter feito, por exemplo, a *Dona Beja*, ela poderia ser lançada em quatro temporadas de dez episódios tranquilamente.

05:52

D.B.: A gente, inclusive, trabalhou nisso, porque em algum momento, com a história do orçamento, lá no início, quando estavam tendo problemas nos orçamentos da novela do Rafael, a gente fez o seguinte: “- Barreira, vamos colocar um marco, o tal do capítulo 100 da novela, que nem é o meio, porque a novela não tem 200, são raras, mas vamos

achar um marco no meio da novela para a gente fazer um puta gancho para, se precisar eles produzirem só os 25 e depois os outros 25. Então, no 25 tinha exatamente o nascimento do bebê da Beja, dava o salto no tempo e recomeçava. É uma nova novela quando chega na segunda fase. Só que aí caíram 10 capítulos. E depois ainda tiveram uns outros problemas de empurra para lá, empurra para cá, e ficou no 24, não no 20, entendeu?

Como eles estão fazendo umas séries a partir de novelas mexicanas, tipo *Rubi*, o Barreira sabe o nome de cor, eu vejo e esqueço os nomes. Mas essas novelas gigantes mexicanas estão ganhando cara de série. Então, o conteúdo da novela está todo lá, o melodrama, a carta, o segredo, a paternidade, a maternidade, está tudo lá. Os triângulos amorosos, as vinganças, os ódios, vou acabar com você, tapa na cara, estão todos lá.

07:10

J.B.: A protagonista que sofre no início, que passa pela derrocada total e depois ressurge.

07:16

D.B.: E os triângulos, o vaivém, a repulsão e a atração do casal principal, a questão da maternidade, por exemplo, é uma coisa que não tem na Beja original. Tem coisas que não tem na Beja original. A maternidade da Beja é uma coisa que a gente traz totalmente nova. E isso era superdelicado, mas todo mundo comprou.

E a outra é a maternidade, que nós trabalhamos, da Genoveva com a Angélica. Inexistente no original. Exatamente, porque a gente ainda queria manter, já que a gente está fazendo uma estrutura muito elaborada, que nós tivéssemos bastantes elementos de melodrama, para não perder a cara de novela. Porque se você olhar a novela original, a própria *Dona Beija* original não era uma novela como as outras da época. Ela era uma novela meio com cara de série. Com cara de minissérie, desculpa. E aí, baixinho aqui para você, acho que um dia pode falar para todo mundo, mas eu tinha dois rumos.

Como o Rafael saiu na frente, eu falo brincando que ele foi à lanterna. Então, a gente não viu, mas a gente ouvia. Eu conversei com ele algumas vezes. Então, teve uma palestra que ele e o Silvio deram no Rio2C, um ano antes, porque a gente estava começando *Beja*. E eles falaram que eles entenderam que era melhor não fazer o gancho contínuo, porque as séries não fazem gancho contínuo. Agora estão fazendo, mas não faziam. E a gente pensou que era isso que a gente iria fazer. Então, algumas coisas a gente viu que ele experimentou antes e o canal aprovou, e a gente pegou para a gente também.

E o outro rumo que eu tinha era a minissérie. Porque se você botar um público totalmente leigo, botar um capítulo de minissérie, um capítulo de novela, ele acha que é a mesma coisa. Talvez ele só diga, essa daqui está mais bonita, essa aqui é mais rápida, que é totalmente leigo. Mas então vai saber dizer se isso é ou não é novela. Porque é tudo folhetim, melodrama, e a gente trabalha, nós brasileiros, eu acredito, só conta histórias com melodrama, porque nós somos melodramas ambulantes, por mais que a gente esconda. Então, se vai fazer um filme de terror, ele vai ser melodramático, entendeu? A gente não é seco.

09:21

J.B.: Sim, é uma coisa interessante que você trouxe sobre as novelas. Essas novelas mais disruptivas da TV aberta, tipo *Avenida Brasil*, que trazem uma nova forma de contar e etc., e aí queria ouvir sua opinião, acho que são uma tentativa, também da TV aberta, de buscar um público que não é de TV aberta, pois quando ela faz esse tipo de produto, ela consegue de fato atrair pessoas que normalmente não assistem novelas. Como foi o caso *Pantanal*, recentemente, pela beleza, pela forma como foi executado. O início de *Renascer*. Você observa que as pessoas que não costumam assistir novela estão assistindo, porque é um produto um pouco diferente. E isso me traz um raciocínio inverso ao do canal de *streaming*. O quê o canal de *streaming* pode fazer para trazer um público que não é o público tradicional do canal de *streaming*? Vamos fazer novela, vamos fazer melodrama. Na Netflix tem a novela turca, que é um megassucesso, com um número muito grande episódios.

10:25

D.B.: E mesmo *Maid*, se você pegar aquelas séries pequeninhas da Netflix, aquilo é uma novela.

13:30

J.B.: A forma como vocês escrevem em termos de produção, dificulta, porque você não tem cenas jogadas fora. Você não tem cena pra gravar em cinco minutos no estúdio.

13:46

D.B.: Você entendeu agora o porquê? Eu fui na origem da estrutura, se tivesse feito uma novela como outra qualquer, ninguém iria ver isso no *streaming*. Eu não vejo. Eu gosto de novela, mas eu ponho uma novela no Viva, no *streaming*, e eu paro, não me segura.

14:00

J.B.: Por quê lá na Globo a gente faz 32 cenas no estúdio e termina uma hora mais cedo? Porque você usa quatro câmeras e tem cena que você faz em cinco minutos, faz em uma passagem só, porque aquela cena não tem importância nenhuma. Em *Dona Beja*, todas as cenas tinham a sua importância, contavam a história e não podiam ser jogadas fora.

14:20

D.B.: Lembra que eu contei, que a gente foi cortando o que não precisava? Todas essas cenas que dariam produtividade e diluiriam o cronograma e o orçamento, não servem para a estrutura da história, como eu comentei desde o começo. E se você observar, uma minissérie não fazia isso. Uma minissérie não era gravada como uma novela na Globo, não é? Você não fazia trinta cenas em um dia de gravação em um *Memorial de Maria Moura*. Então, voltando àquilo que eu estava te contando, o meu rumo era a novela, a série, o Rafael indo na frente com algumas coisas, e a minissérie que a gente sempre teve, que era um produto premium, uma novela premium. Mais enxuta e tudo mais. Foi isso que guiou a gente. Tem que ser isso, porque senão ela não vai ser vista, vai sumir.

Que é como eu te falei, você está lá do lado lá. Você dá play em uma novela. Câmera corta. Câmera corta. E você acabou de ver uma série de super cinematográfica americana. Você não vai ver essa “merda”.

15:19

J.B.: Exato.

15:20

D.B.: Entendeu?

15:22

J.B.: Inclusive, se você olhar uma galeria de produtos da Warner, você tá muito bem servido pra você ir para uma coisa que seja jogada fora. Porque eu acho que uma coisa que funciona muito na TV aberta, e aí também gostaria de ouvir a tua opinião, é o fato de você não precisar pensar. Você senta ali, *zapeia* e não precisa ter uma atitude ativa em relação ao produto que você ver. Lembrar o que você quer ver. Você está ali e assiste o que é oferecido. Quando você tem uma gama de produtos e você é que tem queativamente falar, vou ver esse, é diferente. Você não vai ver qualquer coisa. Você tem que, ativamente, falar: vou assistir isso porque hoje eu quero assistir isso, ou porque isso é melhor.

16:20

D.B.: Concordo com você. E é por isso, e eu acho isso lindo, que *Pedaço de mim* está explodindo. Porque se fez uma novela, se fez melodrama e, me parece, porque eu não vi tudo até o final ainda, que ela não tem uma estrutura tão elaborada quanto a nossa, mas os personagens são. Ela também não traz personagens de novela. E ela ainda traz discussões que a novela tem, que a gente traz para *Beja* com uma outra pegada. A nossa pegada é a do empoderamento feminino, do corpo trans. Ela traz questões a la Glória Pérez. E aí, você gera uma chamada.

16:54

D.B.: O resumo dessa novela atrai gente do mundo inteiro, porque você dá play e começa a ver a temática de novela, e te gruda. Ainda tem um visual porque *Pedaço de mim* é toda elaborada. Acho um pouco publicidade demais, por causa do Pão de Açúcar e tudo, mas os gringos amam, entendeu? Agora, se você pegar e botar, sei lá, *Família é tudo*, não vai. Põe *Família é tudo* no streaming?

17:34

D.B.: Aí você dá play e tem aquele "blablabla". Não vai. Não vai, porque depois que você teve *Renascer*, depois do Luís Fernando (Carvalho, diretor)... Luís Fernando fez um estrago. Ele põe a câmera dentro do umbigo do personagem. Pega o ponto de vista da narina dele, é tudo muito louco. É isso que a Globo está fazendo. Aí vem a gente no streaming, HBO, que era o filé mignon...

31:41

J.B.: Em relação a exibição internacional, obviamente, vocês têm isso no horizonte de vocês, como direcionador, vocês sabem que vocês estão escrevendo uma obra que vai

para o mundo inteiro e vai estar na mesma prateleira, na mesma galeria, do que a obra turca, do que a obra curta, a obra longa, que os longas. Assim, o cara na hora de escolher, vai escolher uma obra daquelas todas que estão ali. E em relação à trama, você já falou da trama mais complexa, mas vocês pegaram a trama da *Beija* original, em que a personagem é até racista, com situações em que ela manda chicotear o escravizado e tal, para uma trama em que vocês abordam questões muito pertinentes, muito contemporâneas.

Aí, uma coisa que a Rosane fala também no texto dela é que o segredo da telenovela, da televisão aberta, é você perceber o que está latente na sociedade para você trazer assuntos, que são assuntos polêmicos, mas ao mesmo tempo, você tem que calcular o quanto você vai pisar fundo na polêmica, para também não afastar. É um outro público, e vocês, obviamente, pisaram mais fundo na polêmica. O quanto vocês estavam conscientes disso, o quanto isso foi calculado? As questões de sexualidade, as questões do empoderamento feminino, as questões raciais, o quanto vocês calcularam e negociaram isso?

33:51

D.B.: A gente nem precisou negociar, porque, na verdade, foi praticamente a encomenda. A Mônica é um farol. Ela está sempre com o olhar lá na frente. Ela pediu que a gente trouxesse a história para os olhos da sociedade de hoje. Então, ficou muito claro. O Silvio comprou, todo mundo comprou, a produtora comprou. Então nós fomos trazendo discussões. A Severina, por exemplo, na novela original é uma escravizada que sabe ler e escrever. Mas ela é uma escravizada da Beja, tratada como tal, vira amiga, mas é uma escravizada. E nós pensamos: já que queremos mostrar o negro no século XIX sem repetir o padrão de mostrar o negro no cativeiro. E esse foi um pedido do canal, não é possível que não haja outro olhar. Aí fomos pesquisar e a gente descobriu que não só há, como é histórico. E nunca se mostra. E a gente foi tirando essas personagens negras que repetiam padrões. Fomos trocando.

No caso da Severina, qual é a margem? A Severina era uma escravizada, era alguém à margem da sociedade. Qual é a outra margem que eu posso trazer para a Severina nessa sociedade? E a gente construiu essa temática, porque a temática que guiava a gente o tempo inteiro era a do empoderamento do feminino. Quando eu pego a sinopse da novela original, não se falava muito, mas via-se que era a questão da mulher. Quando a gente traz para o nosso trabalho, fazemos a última versão da sinopse, quando eu já estava à frente da equipe, eu propus não só o empoderamento da mulher, mas um empoderamento do Feminino, que há em todo mundo.

O homem tem o seu lado feminino, a sociedade. Então, você tinha o empoderamento da Josefa, que tinha a questão de uma negra que não era cativa, mas foi obrigada a dar o talento para o marido. Alguém que conseguiu casar de novo, mas esse casamento acabou, e ela quer ter relações pós-casamento.

A Carminha, que é uma personagem pequenininha na novela original. Para a gente era o empoderamento do corpo fora do padrão. O feminino aceita qualquer corpo. Uma mãe aceita qualquer filho. Quem fica dizendo sim e não, é o olhar patriarcal masculino. Quero mulher, capa de playboy. Essa aqui não serve para mim. Então, fomos trabalhando isso em todas as tramas. O Fortunato (personagem homossexual na versão contemporânea) ... E aí, a Severina, mulher trans. Então, sem querer, querendo, e eu acho que o cartaz da novela deve ser esse. Já falei para todo mundo. Mas a novela é

anti aquilo que nós todos somos. A gente viveu a anti-novela dentro da novela. Em todos os momentos da novela, a gente está vendo isso acontecer. Inclusive, com a gente na escrita. João, não vou mentir para você.

36:35

D.B.: Eu tenho 10 milhões de preconceitos. Quando eu falo: “- Ah, o fulaninho é racista...” - Eu também sou, todo mundo é. A gente vive na sociedade. O problema é fingir que não está vendo. Então, por exemplo, eu não posso botar uma mulher tomando banho nua numa cachoeira como a novela original, porque o momento é outro. Naquele momento, a gente estava na época que vinha das pornochanchadas, da ditadura. Você botar um corpo no nu na TV era político. Mas o efeito que você tinha era um monte de gente se masturbando, vendo aquela mulher nua. Hoje, não é político o corpo nu... O político é a dona do corpo fazer com o corpo o que ela quiser. Então, era uma abordagem muito diferente. E aí, não dá para botar só uma mulher novinha com o corpo perfeito numa cachoeira, tomando banho e achar que isso é um empoderamento do feminino.

Então, à medida que ela vai para a cachoeira, ela leva todo mundo. Então, por isso, a gente criou duas cenas que, para mim, são os corações da novela. E eu briguei por elas até o último segundo. Ela leva a Severina, e a gente tem ali um corpo nu trans, porque eu falei: “- Barreira, eu sou transfóbico em tratamento comigo mesmo”, eu tinha muita dificuldade de entender isso, porque a gente não viu. A gente não cresceu vendo isso. Se a gente tivesse crescido vendo que existe o corpo da mulher cis, existe o corpo da mulher trans, do homem cis, do homem trans, pelo menos, porque agora vem o intersexo e aí é para jogar tudo mais para cima ainda. Nas se a gente tivesse visto, em momento nenhum, teríamos qualquer reação de aversão a um corpo feminino, onde você tem uma genitália masculina, considerada masculina. Você tem peito ou não tem peito. É só uma mulher trans. Então, é uma questão de naturalização. Então, eu me propus a botar um nu trans, que era uma coisa que, a mim, ainda hoje, me causa estranheza. Me pede um trabalho interno. Para não rejeitar emocionalmente, psicologicamente. É subconsciente mesmo. Então, a gente trouxe o nu trans, e eu me lembro que eu falei: “- Mônica, se eu escrever esse nu trans, você põe no ar?” - E ela falou: “- Ponho, porque estamos na HBO. É para isso mesmo.”

Porque um dia, ninguém mais vai discutir isso, um dia o nu trans será só mais um nu. E na outra cena, foi da Beja levar todas as sinhás. Porque isso não é da original. A Beja vai se empoderar levando todas com ela. Porque a novela original ainda tem aquele arquétipo da novela antiga, que é totalmente patriarcal. As mulheres se descabelam e rolam na praça, por causa de homem, de macho, não é? E homens duelam pelo troféu, que é a mulher. E eu falava: “- Barreira, nós não vamos fazer isso”. - Então, quando a Angélica vem se esbofetejar com a Beja, porque é o clássico do melodrama, toda novela tem esse momento, como é que a gente reverte? A gente usa o recurso do melodrama, mas a gente reverte ele. E aí tem a cena em que elas conversam. Não vi ainda, mas alguém disse que ficou super linda.

39:33

D.B.: Então a gente ficou fazendo esse tipo de jogo com nós mesmos, sobre essa questão da atualização.

NESSE MOMENTO, A CHAMADA DE VÍDEO FOI ENCERRADA NOVAMENTE E INICIAMOS UMA TERCEIRA CHAMADA.

00:04

D.B.: Então, a provocação deles sempre foi essa, porque a gente está no *streaming*, entendeu? Você perguntou sobre pisar o pé e aprofundar, isso que a Rosane fala, é corretíssimo, mas tem a ver com a TV aberta. A TV aberta está lidando com uma coisa muito ampla. Você joga a rede e quanto mais peixe vier nessa rede, melhor. O *streaming* também quer mais peixe, mas a gente sabe que o peixe do *streaming* tem de estar interessado naquilo especificamente. Não é a única coisa que é oferecida para ele naquele local, naquele horário.

Então, o que vai atrai-lo é exatamente o quanto daquilo que é nichado interessa a ele. E aí, eu escrevi isso na tabela: Quando você está escrevendo uma novela agora, para passar amanhã no Brasil, você tem que estar ligado. Eu posso fazer uma piada com o Bolsonaro, posso fazer uma piada com a política, posso fazer uma piada com a Olimpíada, com a cidade do Rio de Janeiro, porque vai ao ar daqui a pouco. Se eu não estou escrevendo uma novela que não vai ao ar daqui a pouco, mas vai só aqui no Brasil, eu posso jogar nesse universo no Brasil. Quando eu jogo no mundo, a gente estreia mundialmente, você tem que entender. Por isso que acho que a Ângela foi *gênia*. Você tem que entender que vai entrar no mar de uma discussão a nível mundial, que é a discussão da internet. Então, você tem que olhar o que está acontecendo nas obras que estão acima de qualquer suspeita. Você começa a ver as obras que estão chegando no primeiro lugar, que é o que o mundo todo está vendo. É nesse mar que a gente vai nadar. Então, uma piada política do Brasil não vai interessar nada, não vai fazer efeito.

01:31

J.B.: Claro.

01:32

D.B.: Você tem um outro jeito de abordar. E aí se você olhar bem, e já vem um histórico desde as séries lá de trás, do *Sopranos*, o que atrai a população mundial são as ousadias. É a primeira vez que você vê um mafioso fazendo terapia, pela primeira vez o seu protagonista, com o qual você se engancha emocionalmente, é um psicopata. O *Dexter*. Então é com isso que você está dialogando. É quase que, quando você saiu da escola, terminou, se formou no segundo grau e entrou na faculdade. É outro nível de discussão e de aprofundamento.

02:09

J.B.: Você tem um *Euphoria*, que se fizer um comparativo, é uma *Malhação*, por um lado ...

02:15

D.B.: Porra, *Malhação* é jujuba, né?

02:18

J.B.: Exato. Exato. Porque aborda drogas, aborda sexualidade. Eu fiz uma temporada de *Malhação*, com Emmanuel Jacobina, com o Léo (Nogueira, diretor de novelas)

como artístico, e a gente falava muito isso, e é um fato. A *Malhação* não é, o público dela não é o jovem, o público dela é a senhora, a dona de casa que é quem está ali naquele horário.

02:41

D.B.: Como se ela quisesse entender o filho, mas é mentira também. Está mentindo pra ela. O *Euphoria* acho genial. Foi com *Euphoria*, a primeira vez que eu comecei a tentar, quando eles fazem aquele teaser do episódio da Jules, em que eles entram na cabeça daquela menina trans. Ali eu me apaixonei pela personagem e falei: “- É possível.” - porque é possível aceitar o diferente.

03:08

J.B.: E aí tinha a personagem gordinha. Tem alguns paralelos com a nossa trama.

03:12

D.B.: Ah tem. A nossa Carminha tem a inspiração na personagem de *Euphoria*. E depois a gente joga ela no burlesco. Que mais? Dá uma olhada na sua tabela e na sua lista.

03:24

J.B.: Então, para concluir tudo que a gente falou aqui, e eu acho que é esse o objetivo do meu trabalho, que é: para onde vamos? Eu vejo uma convergência de conteúdos no sentido de que a TV aberta tenta se aproximar de um visual mais de séries, de uma trama um pouco mais elaborada, mais complexa. E eu vejo, por outro lado, as plataformas fazendo séries que são melodramas e buscando isso para atrair a audiência mesmo. Porque a novela turca é um fenômeno. Então, um produto telenovela com 150, 160, 200 capítulos, talvez não vá ser produzido por uma plataforma de *streaming*. Um conteúdo tão ousado quanto *Dona Beja* talvez não vá ser produzido por uma TV aberta. Mas, de alguma forma, elas têm algumas coisas em comum. Elas vão buscando uma convergência, pode ser na excelência em se realizar. Então, para onde vamos?

04:41

D.B.: A sua pergunta vem no momento mais louco, porque ninguém faz ideia. O único parâmetro que a gente tem agora é o estouro de *Pedaço de mim*, que joga a gente de volta nesse lugar de primazia perante o mundo com a questão da novela. Porque para mim, *Pedaço de mim* é novela. Então, para onde vamos eu não sei, porque fico me perguntando, se que a falta de formação do público seja, talvez, o que ajuda a esvaziar bastante a TV aberta. A gente já conversou, os amigos, roteiristas. Será que a TV aberta vai virar uma TV só de programas ao vivo, os esportes e notícias? Alguma coisa de novela muito parada no tempo e todo o resto vai para o *streaming*? Depois alguém falou que não, porque o *streaming* já está fazendo ao vivo, já está fazendo esporte, já está fazendo game... E ao mesmo tempo a novela da TV não para né? A gente sabe que quando a gente acha que a novela vai morrer, ela vai lá e ressuscita. Vem a Rosane e faz um *Vai na fé*. Porque ainda existe o público. Então, para onde vamos eu não sei, mas eu acho que vai haver essa convergência. Acho que a sua fala é correta. Nos dois meios, vamos convergir. A TV fechada, o *streaming*, talvez ganhe publicidade. Talvez vá chegar um dia em que não vá fazer muita diferença entre a TV aberta e o *streaming*.

A não ser que você não pague o *streaming*, então você vê na TV aberta quando quiserem te dar. Mas tudo vai estar no *streaming* e você vai escolher quando, como, que horas quer ver, como era uma TV a cabo. Não sei, estou jogando aqui. Porque até nesse aspecto, se você olhar, o Globoplay não produz. A Globo que está produzindo, mas vai ao ar no Globoplay. Depois vai na Globo. Então tem uma hora que fica tão intercambiável que eu acho que é só uma questão de acesso.

06:24

J.B.: A gente tem acesso às novelas antigas que são um fenômeno também, não é?

06:29

D.B.: É, mas aí tem a ver com um público nichado nostálgico.

06:34

J.B.: Sabe que durante a pandemia, quando eles não lançavam, não tinham mais como lançar conteúdo novo, eles relançaram *Totalmente demais*, que era da Marina Ruy Barbosa, da Rosane. Minha filha maratonou. Minha filha pegou no Globoplay, e ela não vê novela. Ela maratonou.

07:00

D.B.: Os Doramas, né? Se você, os Doramas e as novelas turcas, são muito bem produzidas. Então, não é que a gente está ficando barato e simplificando. Acho que você tem razão quando fala que a novela da TV aberta vai ficar cada vez mais sofisticada, próxima de um *streaming*. E a do *streaming* está querendo pegar elementos populares do melodrama, por exemplo o gancho. O que que era *Lost* a não ser ganchos, ganchos, ganchos? Tinha outras coisas, os mistérios, eu sei. Eu não saberia te responder, mas acho que vai haver uma convergência mesmo, em que ficar tudo muito intercambiável. O que interessa é como, quando, e aonde você quer ver. Eu acho que vai chegar um momento em que a TV e o computador vão ser realmente a mesma coisa. Você vai ter no quarto uma TV e nela vai ver e-mail, vai entrar no seu e-mail.

07:57

J.B.: A gente já está quase lá.

07:59

D.B.: A gente vai estar morto, eu acho.

08:02

J.B.: Ah, eu acho que não, acho que vai ser mais rápido do que a gente pensa.

08:06

D.B.: Esse negócio da inteligência artificial é assustador. Como foi muito rápido. Não sei se você já tá brincando, mas é inacreditável a velocidade com que eles fazem coisas que a gente demoraria muito tempo pra fazer.

08:20

J.B.: Eu acho que você vai escrever e já vai sair o filme.

08:26

D.B.: É isso que os roteiristas estavam falando outro dia, porque os produtores estão meio que fazendo uma ameaça velada. Isso é uma fala de alguém, não acho que esteja certo, mas existe uma ameaça no mercado de que profissionais vão ser substituídos pela inteligência artificial. Mas os produtores também vão ser, porque na medida em que eu posso escrever uma história e achar uma inteligência artificial, que transforma aquilo em imagens, eu não preciso de uma produtora.

08:50

J.B.: Sem dúvida, já tem programas. Só que hoje ele faz tipo 5 segundos de vídeo. Mas é absurdo. É o David Júnior esquiando na neve com a Grazi Massafera e o bicho faz. É louco cara, é louco.

09:13

D.B.: Vamos ver o que vai acontecer, mas eu acho que há esta convergência. A novela no *streaming* e as novelas da TV aberta estão ficando cada vez mais sofisticadas. É isso, uma convergência entre a série, a novela e como base de tudo, para mim, é o melodrama que jamais vai morrer. Acho que falei sobre isso na palestra também. Eu falo com o Barreira, porque ele vem do mercado português, onde o melodrama é à flor da pele. E me parece que o brasileiro é muito melodramático. Somos latinos. Mas a gente não se acha, porque se orienta mais para os Estados Unidos do que com a sua origem europeia latina. A gente acha lindo aquele enterro americano que ninguém chora, joga terra com saleiro, todo mundo impecavelmente preto, comidas lindas, mas aqui não é assim. A gente pode ver.

10:00

J.B.: Todo mundo vai para a casa das pessoas comer, né?

10:04

D.B.: Barreira acabou de escrever isso na escaleta. Veio a escaleta e eu perguntei pra ele aonde ele viu isso? No Brasil não tem isso. A gente não vai pra casa de ninguém. Porque quando eu for espernear, chorar, eu não quero que ninguém veja. A não ser quem tem intimidade comigo. Então, o brasileiro é melodramático, fingindo que não é. Gilberto Braga era muito gênio, porque ele pegava o melodrama. A mãe, a filha de *Vale Tudo*. Mas ele cavava, escondia lá no fundo, enchia de camadas. E você jura que você não tá vendo melodrama, mas está. Então, acho que o melodrama vai existir pra sempre no mundo todo, porque eu acho que a maior parte do mundo é melodramática mesmo.

10:39

J.B.: Sim. Tem alguém que traz essa provocação, que na verdade a verdadeira inovação que os *streamings* trazem pra gente é na espectatorialidade, na forma como você vai assistir, pois você não depende mais de grade, você assiste na ordem que você quiser, você assiste na velocidade que você quiser. Mas o produto é cada vez mais, o produto de televisão, inclusive com *realities*, com tudo isso.

11:04

D.B.: Acho exatamente isso. Começou só com as séries, daqui a pouco está abrangendo tudo. Já tem futebol, porque as pessoas gostam de ver um jogo ao vivo.

11:11

J.B.: Cazé TV nas Olimpíadas, está direto.

11:15

D.B.: O Globoplay às vezes mostra o show da Madonna ao vivo. Eu acho super esquisito ligar o *streaming* pra ver isso. Mas tem gente que nem assina mais TV, então vai no *streaming* e vai lá no ao vivo. Por isso que eu acho que vai virar uma coisa só. Globoplay e Globo, não vai mais ter. A TV vai virar computador.

11:31

J.B.: Ainda tem o Youtube, em que você não depende mais de uma plataforma. A plataforma é totalmente aberta. No dia seguinte você já está monetizando o teu conteúdo, quer dizer, é doido.

11:44

D.B.: Eu quero morrer antes.

11:48

J.B.: Mas não vai, o pior é que a gente vai ver isso tudo.

11:52

D.B.: Não, vamos ver, eu só espero que seja bom. Eu tenho muito medo, porque eu acho que o que aconteceu com a rede social foi meio... A gente ainda está derrapando muito, né? Eu acho muito lindo você democratizar, em vez de você ter só um quarto poder lá. A TV controlando a mídia, controlando tudo. Você ter cada um uma mídia de si mesmo, na tese é legal. Mas aí vem à tona tudo, né?

12:11

J.B.: Claro, claro. Inclusive o conceito de verdade, que não existe mais, né?

12:19

D.B.: É, tudo vira narrativa, enfim, seja o que Deus quiser. Se você tiver alguma outra dúvida durante a escrita, me manda mensagem, vai trocando, manda um áudio.

J.B.: Deixa comigo, deixa comigo. Daniel, obrigado, bom descanso, melhorias. Obrigado, beijo. Vou te encher o saco ainda, hein. Tá bom, beijo.

B. ENTREVISTA COM MARIA DE MÉDICIS

Diretora Artística de *Beleza Fatal*. Entrevista concedida através de chamada de vídeo no dia 04/09/2024.

Por questões de confidencialidade contratual, alguns trechos foram omitidos da transcrição à pedido da entrevistada.

J.B.: O objeto da minha dissertação é justamente essa vontade dos *streamings* de fazerem telenovela, no caso da Netflix, eles não chamaram de telenovela, chamaram de melodrama. A Warner tem a intenção de chamar de novela.

00:34

M.M.: A Warner chama de novela.

J.B.: Quando a gente se depara com o produto, vê diversas diferenças em relação ao que nós estamos acostumados a fazer. Então o meu objeto de estudo é justamente esse, onde que a gente vai chegar? Vão ser produtos híbridos? Vai ser um melodrama, sem a quantidade tão grande de episódios? É uma obra fechada, como se fosse uma série longa? Eu entrevistei o Daniel Berlinsky e ele falou um pouco da parte de dramaturgia. O que muda da dramaturgia da telenovela da TV aberta, para a telenovela do *streaming*. E aí queria te ouvir um pouco sobre essas diferenças, de produtividade, do fato de ser uma obra fechada, de ir ao ar sem se ter nenhum retorno... Porque na televisão, a gente tem a faca apontada para a cabeça. Por um lado dá um conforto você saber que está no caminho certo, ou você ter a possibilidade de mudar antes do fim, mas por outro lado, quando não se está dentro do trilho, também causa estresse, mudanças, um movimento que não é agradável para ninguém.

01:52

M.M.: Eu acho que a grande e principal diferença, é da obra fechada para a obra aberta. A obra fechada tem inúmeras vantagens. Primeiro, para os atores porque eles têm um arco de personagem fechado. Você constrói um personagem e você sabe o início, o meio e o fim dele. O personagem fica muito mais bem construído. Na TV aberta, esse personagem pode mudar completamente. Você chega ao final com um personagem que não tinha nada a ver com inicial.

02:23

J.B.: Era, vilão e virou mocinho, era mocinho e virou vilão...

02:26

M.M.: É, tipo isso. Eu fiz uma novela, era assistente ainda, *Torre de Babel*, em que o Tony Ramos era vilão, mas ele não foi aceito como vilão e virou mocinho.

J.B.: Mateus Solano...

02:40

M.M.: Jogou uma criança no lixo e virou mocinho. Enfim, eu acho que a primeira grande diferença é essa. E eu acho que tem vantagens e desvantagens. Em termos de produção você ter uma obra fechada, é sempre melhor porque você sabe exatamente quais cenários você tem e quantas cenas são em cada cenário. No caso de *Beleza Fatal*, por exemplo, a gente entrou na mansão dos ricos e filmou tudo do Episódio 1 ao 40. Se fosse uma novela aberta, eu iria filmar os três primeiros blocos e depois, por exemplo, os ricos poderiam ser rejeitados na história, eu não iria nunca mais voltar. Ou aquilo cresce muito e eu tenho que voltar naquela locação duas vezes por semana. Então, em termos de grana e de produção, uma obra fechada é mais fácil, pelas locações, por causa do contrato de atores, de todo o planejamento. Você planeja muito melhor e com planejamento, economiza dinheiro. Isso já é uma grande diferença. Como eu falei tem essa diferença para os atores e tem a diferença da história para o bem e para o mal. Eu já fiz obras abertas que mudaram por razões diversas. Eu fiz um super fracasso que foi *Babilônia*, que não estreou muito bem por vários problemas. Os evangélicos ameaçaram entrar com uma intervenção para a novela sair do horário das 21h00 e ir para depois das 23h00. “- A novela tem prostituição, tem drogas, não sei o quê. Então, se vocês não tirarem essa parte da história que nos afeta, principalmente a relação homoafetiva entre a Nathalia Timberg e a Fernanda Montenegro, a gente vai entrar com isso.” - Imagina o horror que é você passar de uma novela das 21h para as 23h, a coisa de grana?

J.B.: Acho que foi a personagem da Sophie Charlotte, que era uma prostituta e virou uma romântica sonhadora.

05:05

M.M.: Exatamente. Quando a gente fala de ator que muda, toda a trama da Sophie, era de prostituição. A gente teve que tirar toda e qualquer trama de prostituição. Então o personagem dela acabou. A personagem dela virou um nada. Em *Babilônia* não só teve isso de personagens perderem completamente o caminho, como virou um *Frankenstein*, porque sempre que se tentava resolver a história, iam mudando as coisas e a história já não colava mais.

A sinopse tinha sido feita de uma maneira, o caminho dos personagens de uma maneira, a história de uma maneira. Então, o excesso de medidas não ajudou *Babilônia*. Eu acho que piorou. A novela tinha problemas, com certeza, não é que não tivesse, mas eu acho o primeiro episódio de *Babilônia* um dos melhores que eu já dirigi. Lembro que no dia seguinte encontrei o Papinha (Rogério Gomes, diretor de novelas da TV Globo) e ele falou: “- Cara, que novelão!” - e era um super primeiro episódio.

Mas é isso, rejeitado, acabou. Aí começou a se mexer muito naquele bolo e perdeu-se a mão. Muita gente metendo a mão, Silvio de Abreu (autor de novelas da TV Globo) sentado na edição... Então, acho que a obra aberta, quando dá errado, pode acontecer dela não ser resolvida e piorar. Agora pode acontecer como o Walcyr (Carrasco, autor de novelas da TV Globo), que é genial nisso, que quando a trama é rejeitada, muda completamente e consegue resolver.

Então, isso existe. É o lado ruim da obra aberta, falando de editorial. Falando de produção é como aquilo que eu falei, você não tem planejamento nenhum, você constrói uma cidade cenográfica de quatro milhões, e de repente a trama sai da cidade

cenográfica porque ela funciona melhor, porque o público gosta mais de outro núcleo e você tem uma cidade cenográfica que custou uma fortuna e que você não usa.

07:00

J.B.: Cenário de estúdio, que, como você falou, da família rica que não dá certo e aí você fez um cenário que era gigante, pra durar a novela inteira, e não usa mais.

07:11

M.M.: Gastou um dinheiro e não usa mais. Então, em termos de planejamento é isso, em termos, acho, artísticos, tem isso, mas também tem a maravilha da reação do público. Outro exemplo de novela que eu fiz também que mostra muito isso é *Paraíso Tropical*. Você quando pensa em *Paraíso Tropical* você pensa em Bebel e Olavo. O final da novela é com a Camila.

Reprisou agora. Eu encontrei o Wagner e ele falou: “- Eu vim divulgar Guerra civil e toda e qualquer entrevista em que eu entro, só querem falar de Bebel e Olavo. O estúdio vai me matar.” - e eu falei: “- Você chegou no meio da reprise, um mega sucesso. Minha filha está apaixonada por Bebel e Olavo.” - E os protagonistas eram a Alessandra Negrini e o Fábio Assunção. Ninguém lembra deles. Por quê? Bebel e Olavo não existiam. A Bebel, personagem da Camila Pitanga, que era uma vilã e ele também era um vilão. Eles se juntavam num dado momento da história para criar algum conflito na história, e essa relação durava só umas duas semanas. Era uma relação que acontecia ali para virar outra coisa. O par romântico do personagem do Wagner era gêmea má da Alessandra Negrini. E a Camila ia se envolver com o personagem do Bruno Gagliasso, que era irmão do Wagner. Só que Bebel e Olavo estouraram: “Cachorra, não sei o quê” - e a trama virou toda para cima deles. Eles viraram um casal que não era para ser. A trama toda direcionou para isso. Você não via mais Alessandra, você não via mais o Fabinho. Então, isso é uma mudança que eu acho muito interessante.

09:21

J.B.: Márcio Garcia e Rodrigo Lombardi...

09:23

M.M.: Eu ia falar isso. *Caminho das Índias*. O Schechtman (Marcos Schechtman, diretor de novelas da TV Globo) foi lá e filmou tudo. Acho que filmou até uma parte do casamento, que não rolou, foi pro lixo.

10:02

M.M.: Mas esse lado, ao mesmo tempo que atrapalha a produção e pode mudar os personagens, também é rico. Acho que quando você tem um retorno do público, essa dramaturgia em movimento da novela de TV aberta é muito interessante, acho ela muito rica. Pode ser rica para o bem ou para o mal, mas acho legal esse retorno do público.

10:26

J.B.: O cinema faz screening, às vezes, né?

10:32

M.M.: Eles fizeram agora com Beleza Fatal. Mostraram um clipe.

J.B.: Bem ou mal ainda dá pra fazer alguma coisa.

M.M.: Na nossa, não sei nem o que poderia fazer. Talvez na montagem.

10:50

M.M.: Quando a gente fala de um híbrido, como você falou, eu acho muito interessante. Como seria se a gente tivesse uma novela de *streaming* que você soltasse uma parte – *Todas as Flores* teve isso e *Verdades Secretas* também - tem um retorno do público e faz a outra parte. Isso pode ser uma coisa interessante, porque quando a gente fala que a Netflix não chama o *Pedaço de Mim* de novela, chama de melodrama, é porque, de fato, existe uma discussão se você pode chamar de novela, uma coisa que não tem esse retorno do público e essa característica da novela.

11:30

J.B.: Ao mesmo tempo que a novela influencia o público, o público também traz a participação dele. É muito próximo do que o público quer ver.

M.M.: Exatamente.

J.B.: Não gosto disso, não quero ver isso...

11:48

M.M.: Não quero ver isso... A gente brinca que se *Beleza Fatal* fosse na TV aberta, o núcleo da Giovanna Antonelli e do Gugu Madeira iria crescer em duas semanas. Eu falei: “- Nossa, só ia ter esse núcleo.” - que era um núcleo mais leve e tal.

Agora, perdi o fio da meada.

J.B.: Você estava falando dessa riqueza do retorno do público.

12:16

M.M.: Porque na verdade você insere, você tem isso de uma certa maneira. Você faz uma temporada, criam-se aqueles *fandoms* - Eu fiz agora a segunda temporada de *De volta aos 15*, e mudou muito a história da primeira para segunda. O público gostou muito da Maísa com o João Guilherme, então, a segunda já tinha um romance mais forçado dos dois. Não seria. O romance do João Guilherme seria com a menina que faz a irmã da Maísa. A série também acaba fazendo isso, só que em temporadas. Por isso que, talvez, essa ideia de fazer um híbrido de, sei lá, solta três semanas e daqui a alguns meses... Não tem a continuidade da novela, né? *Todas as Flores* sofreu um pouco, porque ela parou um tempo para fazer a segunda fase, não me lembro se era Copa ou Eleição. Teve alguma efeméride que atrapalhou, porque perde-se essa coisa da continuidade, então não sei qual seria a solução nesse sentido.

13:25

J.B.: A gente estava no meio de *Salve-se quem puder* quando entrou a pandemia, e tivemos que pagar de gravar. A gente parou de produzir em março, quando parou tudo, acho que em 16 de março, e a gente só voltou a produzir em agosto.

M.M.: Vocês e *Amor de Mãe*.

J.B.: E aí a gente só voltou ao ar, acho que em fevereiro, porque eles só queriam que fosse exibido quando estivesse tudo gravado. Para não ter o risco de parar de novo, claro. E foi uma doideira.

13:55

M.M.: Acho que *Amor de Mãe* foi isso, e *Um lugar ao Sol*, na verdade foi toda filmada. Eu até acho que os problemas de *Um lugar ao Sol* de IBOPE, têm um pouco a ver com isso. Não ter o retorno do público, de núcleos que crescem e não crescem. Acho que o público de TV aberta quer novela em que eles podem interferir. Eles querem a novela em que eles podem dar opinião. A gente gosta disso, não gosta daquilo. Esse público está preparado para isso. O público que vai ver novela no *streaming* sabe que vai ver uma novela com a característica de série, de ser fechada, de acabar a história. Até mais do que a série porque a gente não tem temporada. A gente é *limited series*. Mas eu acho que pelo volume de episódios, a gente que fez de 40, não é uma *limited series*. Já tem mais essa característica que é de ver todo dia.

15:05

J.B.: Eu tenho a sensação de que *Dona Beja* poderia ter sido dividida em quatro temporadas de 10 episódios, tranquilamente. Mexia um pouco em relação a ganchos e o funcionamento, mas poderia ter sido.

15:18

M.M.: Pois é, mas aí eu acho que o *streaming* quer novela. Por que o *streaming* quer novela? Quer novelas para a América Latina, isso é bom deixar claro. Porque o foco todo da Warner, da Netflix com essas novelas é, à princípio, América Latina. *Pedaço de Mim* furou essa bolha. Ainda bem. Mas o olhar deles é de que a América Latina consome novela.

Você entra na Netflix, hoje em dia menos, mas uns três anos atrás, você sempre tinha alguma novela. Chiquititas, não sei o quê, naquele top ten. A novela turca então, na Warner bomba, na Netflix bomba. Hoje em dia, tem o Dorama, que é um melodrama. As novelas turcas e os Doramas são melodramas, totalmente.

Então acho que tem esse olhar deles para a América Latina. A Mônica (Mônica Albuquerque, Head de gerenciamento de talentos e desenvolvimento de telaséries na Warner Bros. da América Latina) conta isso, que o cara da Netflix veio ao Brasil e ficou um tempo por aqui, então foi ao Projac e ficou fascinado com a coisa de novela. Tanto que eles chegaram a planejar - eu sei até porque, meu diretor de arte participou desse projeto - a construção de estúdios da Netflix, para fazer novelas no Brasil. Esses estúdios foram desenhados. Gastou-se dinheiro nisso. E acabaram não fazendo.

Mas eles sabem o que novela representa para a América Latina, e principalmente, para o Brasil, então, acho que eles querem atacar essa seara. Por isso, eles embalam isso mais como melodrama e menos chamando de série. Porque a própria Netflix não chama

de novela, mas não chama de série. Chama de melodrama, que é a base de todos. Eu acho também que, talvez, não chamam de novela, porque chamavam de novela durante o desenvolvimento, até pela quantidade de episódios, que depois eles diminuíram na edição.

17:15

J.B.: Quando eles apresentaram no Rio2C, eles falaram melodrama.

17:23

M.M.: Mas lá no início do projeto eles chamavam: A primeira novela da Netflix vai ter o Vladimir (Brichta) e a Juliana (Paes), enfim.

17:33

J.B.: E tem uma coisa que é bem diferente que é a quantidade de episódios. Porque isso influí diretamente na trama, que a gente em telenovela, tem aquela coisa do cara ter uma ideia maravilhosa, mas você tem que sustentar por 160 capítulos, 180 capítulos. Por outro lado, tem aquela coisa da gente investir uma grana na implantação, mas essa grana se diluir ao longo de 160 capítulos. Em *Dona Beja* construiu-se uma cidade cenográfica para 40 capítulos.

18:05

M.M.: É isso. A novela se paga por causa do número de episódios. A novela de TV aberta. Por conta do número de episódios. Dando certo, cresce a propaganda, cresce merchan, cresce tudo isso. Ela se paga. Eu acho que essas novelas que a gente faz no *streaming*, não se pagam. Minha impressão é que elas não se pagam. É por isso que eu duvido muito que se façam outras como as nossas. De 40 episódios. Com uma produção grande como a nossa, porque *Pedaço de mim* tem 17, e originalmente eram 20, mas virou 17. Você olha para ela - eu sei que ela custou caro - eu soube disso outro dia e fiquei chocada, porque ela é muito simples. Você tem pouquíssimas externas. Apesar de ter sido tudo feito em externa, eu jurava que era estúdio, e fiquei chocada, porque realmente nem exploraram fazer externa. Nesse sentido, acho que não usaram o fato de ser externa.

19:26

M.M.: Essas grandes, como as nossas, acho que não vão fazer mais, porque são muito caras, e, definitivamente, não se pagam. Vê-se que *Pedaço de Mim* tem uma produção muito menor, se a gente pensar nos eventos. Pelo que eu sei de *Beja*, tinha muitos eventos, figurino de época, cidade cenográfica. É caríssima. *Beleza Fatal* é caríssima, também tem muita cena de ação, estúdio grande, figurino caríssimo. Eu acho que elas não se pagam.

19:55

J.B.: Quantos personagens vocês tinham Maria?

M.M.: Não são tantos. Agora eu não vou lembrar.

J.B.: Porque a gente, os principais mesmo, eram em torno de 20.

20:10

M.M.: Isso é uma outra coisa. Quando se tem uma novela com menos episódios, você foca no núcleo principal. Em teoria, você não precisa ter tantos núcleos. O núcleo cômico, o outro núcleo. Em teoria, não precisa. Só que tem que ter, senão você não filma. Se não, não se abrem duas frentes. Para que a gente tivesse produtividade e conseguisse fechar nos prazos que a gente precisava, tínhamos que ter duas frentes todo dia.

Pra termos duas frentes todo dia, temos que ter núcleos diferentes. Porque na novela existe, não só por ter 180 episódios, para você poder abrir aquela história mais, mas também por conta de produtividade, que era dificuldade de *Avenida Brasil*, que era muito focada. Eles tinham muita dificuldade de fazer o plano de filmagem. Era muito difícil.

20:57

J.B.: Se eu não me engano a Globo tá em 25%, o número máximo de cenas que qualquer personagem pode estar em um capítulo. Nós tínhamos a Beja em mais de 50% das cenas.

21:11

M.M.: A Camila Pitanga e a Camila Queiroz também. Muito mais.

21:15

J.B.: O que é muito mais próximo da série.

21:27

M.M.: Tem um episódio em que o cara que faz o meu mix (mixagem de áudio) falou: “- Nossa, eu assisti esse episódio e é meio chato.” - Eu falei: “- É porque não tem a Camila Pitanga.” - Porque quando escreveram esse episódio deram uma folga para ela. Ela fica o tempo todo internada no hospital. Então, não tem a Camila. E não tendo a Camila, perde metade da graça. É a coisa do protagonista.

Quando você tem menos episódios, a grande vantagem é que você desenvolve a história muito melhor. Em novela você tem muitas cenas de reiteração, você tem que ter, porque o cara vê segunda e aí ele só vai ver outro capítulo na sexta. Então, toda hora, você tem de contar para ele o que aconteceu. Aconteceu isso, isso, aquilo. Então, nós temos 500 mil cenas de reiteração, que são chatas. Os atores ficam putos: “- Caraca, eu já falei isso 20 vezes.” – Desculpa, tem que falar de novo porque esse é o formato em que trabalhamos. Novelas de TV aberta.

Isso você não tem nas novelas de *streaming*, que são menores. Por conta disso, você tem um texto que vai ter ganchos melhores, que vai ter um impacto muito grande, porque você não tem nenhuma cena à toa. Aquele bando de cena de novela que a gente faz de: “- Oi, tudo bem? Estou indo para aí, a fulaninha me ligou, não sei o quê.” - A gente consegue também em novela, ter uma produtividade muito maior, em novela de TV aberta, porque a gente consegue entrar e fazer 30 cenas, porque daquelas 30 cenas, 5 são importantes. Paulo José falava isso. Você fez aquele curso do Paulo José, de assistência de direção?

J.B.: Acho que teve um ano antes de eu entrar lá como assistente.

23:10

M.M.: Maravilhoso! O Paulo falava isso: você vai olhar o seu plano de filmagem e você vai ver que cenas são importantes. Três cenas. Você vai calcular que ali você vai gastar tempo, e as outras, você vai fazer assim (gesto de pressa). Às vezes você entra no estúdio do núcleo coadjuvante, então, aquele estúdio de sábado... Você faz em 2 segundos. Gente, vamos começar às 10h00 e fazer direto até o almoço, 2h30, pra todo mundo curtir o sábado... então você ganha produtividade nisso também.

J.B.: Em “Dona Beja”, a gente não tem cena perdida.

23:50

M.M.: No Rafael (Rafael Montes - autor de “Beleza Fatal”) também.

J.B.: Todas as cenas são importantes para a trama.

23:55

M.M.: Exatamente, você tem que ter muito mais cuidado. Essas três cenas são multiplicadas por todas as cenas. Então você não tem tanta produtividade assim. Fora que você não grava por bloco, né? E eu acho que isso faz grande diferença. Eu até estava conversando com a minha produtora e falei que eu acho que a gente, da próxima vez, tem que tentar fazer por bloco, como é em novela. No sentido de que você filma, naquele cenário do 1 ao 18, ou do 1 ao 7, que seja, pra você ter menos trocas de roupa, você ajudar os atores na composição de personagem, porque muitas vezes eles filmavam episódio 3 e episódio 39. Porque às vezes era impossível mesmo pro plano de filmagem, porque tinha que matar uma locação. Mas era uma loucura.

24:42

J.B.: A gente no episódio 23 tinha uma passagem de tempo de 15 anos.

M.M.: Pois é, você ficar indo e voltando?

24:50

J.B.: Até de caracterização. A nossa ideia inicial, era gravar primeiro toda uma fase e só depois entrar na outra. Como tinha essa questão da Grazi (Massafera) estar em mais de 50% das cenas, acaba que essa logística começou a ficar complicada porque o dia em que a Grazi não podia gravar, porque ela tinha algum compromisso...

M.M.: Não tinha nada pra fazer...

J.B.: Eu tinha que gravar outra coisa, que era, sei lá, capítulo 39.

25:15

M.M.: Como a Geórgia, minha produtora fala, acho que a gente estava inventando a roda. Então, tem muitas coisas que a gente já sabe que tem que fazer diferente, e esse processo de produção vai melhorar muito. Eu não tive problema nenhum. A minha

produtora é maravilhosa. Geórgia é uma *gênia*, Patrick é um gênio. Foi maravilhoso trabalhar com eles. Se eu pudesse, só trabalhava com eles.

Eles estão com um projeto, de uma outra novela na Warner, que ninguém sabe se vai rolar, mas a gente foi anotando várias coisas que têm que ser feitas de forma diferente, porque estava todo mundo aprendendo. Era um híbrido de equipe. Inclusive era, basicamente, toda do mercado, com diretores de novela, e atores de novela, o que ajudou muito.

J.B.: Mas e a equipe de gravação? Os câmeras...

M.M.: Todo mundo do mercado. Eu não tinha ninguém de novela, tudo do mercado.

J.B.: Tinha foquista?

M.M.: Sim, foquista direto.

J.B.: Como a gente trabalhou com câmeras ex-Globo, o Roque, o Bebé, a Nandinha, que é filha da baiana, a galera toda fazia foco. Aquela coisa de novela de TV aberta. Isso, em termos de ganho de tempo, de produtividade, é um absurdo.

26:45

M.M.: É um absurdo! No início, eu até advoguei por isso, mas aí os meus fotógrafos, eu tinha dois, né? Falaram que queriam trabalhar com a equipe deles, que já conheciam, até porque, eles iriam fazer uma coisa que nunca tinham feito, num nível de produtividade que nunca tinham feito, de uma maneira de decupagem, de filmar que eles nunca tinham feito. Então eu achei que eles tinham razão. Iam caminhar melhor se estivessem com a equipe deles, que já conhece o olhar deles. Isso, cara, não me atrapalhou na produtividade.

A gente teve uma produtividade bastante boa. Na mansão a gente gravava dez páginas por dia, o que, em termos de mercado era ótimo. Então não tive problema. Eu acho que ter uma equipe do mercado, também fez com que a gente, na grande maioria das vezes, tivesse uma decupagem menos novela. Um pouquinho mais sofisticada em alguns momentos. Porque, é claro, os meus cenários eram todos fechados, mas eu tinha a possibilidade, principalmente nos quartos, que eram menores, de abrir boca de cena, se precisasse. A gente até abria, mas abriu muito menos do que eu achei que ia abrir. E isso a gente sabe, que quando chega no estúdio de novela, é 1, 4, 2, 3 (Maria fala enquanto gesticula mostrando o posicionamento tradicional de cada câmera em relação à boca de cena no cenário).

NESSE MOMENTO, A CHAMADA DE VÍDEO FOI ENCERRADA E INICIAMOS UMA NOVA CHAMADA.

00:00

M.M.: Na TV aberta, já temos uma decupagem mais ou menos óbvia, né? 2 e 3 vão fazer o geral, 1 e 4 vão fazer os fechados.

00:10

J.B.: Ainda mais lá na frente da novela, quando você já fez aquele estúdio 200 vezes...

00:15

M.M.: Você vai nisso. Em *Babilônia* a gente só tinha cenário fechado. A gente não tinha nem boca de cena. Nem possibilidade. O Dennis (Carvalho, diretor da TV Globo) ficava louco, porque eu inventei isso. Aliás, acho sensacional, porque na novela seguinte *A regra do Jogo* a Amora falou que tinha feito a tal caixa cênica - Eu acabei de fazer uma novela toda com o cenário fechado...

Mas, de um modo geral, em estúdio, você já entra com uma decupagem careta, entre aspas. Então, eu acho que para a novela no *streaming*, que tem que ter um pouco mais de sofisticação, de linguagem, até para pegar o público do *streaming*, que é um público que tá acostumado a olhar o tipo de imagem que ele vê nas séries... mas ao mesmo tempo tem que ser popular. É um mix total. Mas isso ajudou a gente a ter uma decupagem mais solta, nesse sentido. O fato de não ter a boca de cena. Até em *Babilônia*, ajudou pra caramba. Mesmo sendo um fracasso, ajudava a beça. Mas você perde a produtividade, claro. Se você meter a boca de cena, você faz em 2 segundos. A gente também filmava por eixo. Raramente a gente cruzava. Cruzava quando estava foda. Eu falava: “- Vamos ter que cruzar, hoje eu não vou poder te ajudar.” - A gente tinha, durante os dois primeiros meses, três câmeras na frente 1 e duas na frente 2. Mas sempre por eixo. A gente sempre filmava por eixo. Claro, num desespero, acabando o tempo, bora cruzar. Mas eles também eram de boa.

No início, quando falei com o Samori (Alexandre Samori, diretor de fotografia), meu fotógrafo, eu disse que não iria chamá-lo. Porque seria uma roubada, com uma produtividade grande e ele não poderia fazer a fotografia com a qualidade que ele está acostumado. Eu achava que ele ia ficar frustrado, porque ia ser uma loucura. Aí ele me ligou de noite, no dia em que eu falei isso, porque a gente tinha se encontrado na colorização da série que a gente tinha feito juntos. E ele falou: “- Eu quero. Eu quero experimentar isso.” – E eu perguntei: “- Amor, você vai cruzar? Porque vai ter que cruzar.” E ele: “- A gente cruza.” - Acabou que cruzamos, mas muito pouco. Então, é óbvio, você perde produtividade, fazendo assim, mas eu não tive dificuldade com nada de equipe. Eu não senti uma grande perda de produtividade nesse sentido.

02:55

J.B.: A nossa perda de produtividade vinha desse fato de a Grazi estar em muitas cenas. A gente tinha diárias em que tinha ela estava em todas as cenas, e aí a cada cena uma troca (de figurino), e troca de época, porque a Beth Filipecki (figurinista de “Dona Beja”) não usa zíper. Com a Beth Filipecki são 4 camadas.

M.M.: Eu fiz novela de época com ela, sei bem.

03:21

J.B.: Era um buraco negro. A Grazi ia para o camarim e era um buraco negro. Eram 50 minutos em uma troca.

03:31

M.M.: No nosso início de dia, quando era Camila Pitanga, a gente perdia duas horas e meia da Camila Pitanga trocando. Então, é porque a gente faz diferente também, no

mercado, pelo menos na novela eu fiz menos, mas geralmente você entra e marca o dia inteiro. Essa cena vai ser a câmera aqui, câmera ali, nessa outra cena... você dá uma marcada. Então o fotógrafo já arruma. A gente também tinha um esquema muito bom de luz nos cenários.

A gente tinha um grid foda, todo montado antes, porque eu falei para os fotógrafos: “- Olha gente, eu não posso passar de cenário em cenário e montar tudo de novo. Eu tenho que ter uma base montada, e a gente vem e entra conforme a decupagem, mas tem que ter uma base pronta.” - Isso a gente tinha e funcionou muito. Ajudou muito na produtividade

04:26

J.B.: A gente não tinha grid, cara.

04:28

M.M.: A gente tinha. A gente tinha o “Projasco” lá, que era um sonho. A gente fez, sei lá, 60% da novela no Projasco. O Projasco é maravilhoso. Quando eu entrei já era Projasco. Já tinha esse nome. Acho que foi *Sintonia* que deu esse nome.

04:55

Mas a gente tinha todos os estúdios montados. Isso é uma grande vantagem da obra fechada. A gente podia ir de estúdio pra estúdio. A gente podia mudar o plano de filmagem, porque nós tínhamos todos os cenários montados. Então a gente podia mudar, sem muito prejuízo. A gente teve a primeira fase, e aí mudou um pouco o cenário, mas a gente tinha, não digo todos, mas os principais, todos os grandes cenários, em torno de 70%, 75% montados. Tínhamos mutação, mas os importantes ficavam eternamente montados.

Então a gente podia: choveu, vai para o estúdio, filma isso, porque a gente tinha o cenário montado. E a gente tinha a grande vantagem, assim como é no Projac, de ter tudo junto num mesmo espaço. A Arte, o Figurino, a Produção. Era tudo naquele espaço. Então a gente tinha muito jogo. Nisso a gente copiou o sistema da TV aberta. Eu acho que a gente tem que copiar algumas coisas para dar certo, e saber que vai ter que abrir mão de outras, para dar certo, também. Não é TV aberta. Eu brinco que já levantei muito Boeing, mas eu levantava Boeing do Galeão. Agora, estou levantando Boeing do aeroporto de Jacarepaguá. É diferente.

06:15

J.B.: A pista acaba ali na frente.

06:17

M.M.: Minha produtora era muito orgulhosa do Projasco, com toda razão. Ela montou uma estrutura extraordinária, mas aí ela foi visitar o Projac pela primeira vez no início desse ano, porque teve um evento pras produtoras e ela falou: “- Não podemos chamar de Projasco, não chega nem aos pés.” - E eu disse: “- Não, Geórgia. É maravilhoso. É o nosso Projasco!” - Porque tinha isso, era muito bom você chegar num espaço que era só seu. Até carrinho elétrico a gente tinha (risos).

06:47

J.M.: A gente tinha o nosso Projasco ali no Pólo (Pólo Rio Cine) e a nossa cidade cenográfica era em Ilha de Guaratiba, então umas duas ou três vezes, a produção tentou fazer um plano de gravação em que mandava o elenco do estúdio para a externa. Aí, cá entre nós, também tinha uma certa teimosia, porque eu falava: “- Você vai botar o elenco no carro no final da tarde, o cara vai andar mais de uma hora para chegar aqui, vai pegar engarrafamento, vai chegar aqui e não vai gravar, porque a luz vai acabar. E só vai criar estresse.”

07:28

M.M.: Estresse pro elenco, exatamente, exatamente.

J.B.: Deixa o cara ir pra casa, não adianta. Mas tem que ver pra crer.

09:04

M.M.: Mas, eu acho que para essa indústria dar certo, de telenovela no *streaming*, ela tem que beber muito na experiência da Globo. Nós profissionais da Globo também. É o que você falou, você trabalhou sem foquista, porque você tinha os caras ali que se viravam, né?

09:22

J.M.: Sim. Ali, pelo tempo que a gente perdia, por dia, com trocas, essas coisas, a gente não teria feito nem o que a gente fez... E no final, foi correria de novela mesmo. Aquela correria pra botar no ar.

10:08

M.M.: Eu acho que a parceria do diretor e da produção é fundamental. E do autor, porque tinha muita coisa que a gente negociava. O Rafa ia pro set e a gente negociava. Às vezes ele ia na filmagem de um evento e eu falava: “- Rafa, não vai dar tudo. O que é que eu corto?” – E ele dizia o que cortar. Ou eu ligava pra ele: “- Olha, amanhã eu tenho uma externa, mas eu preciso cortar duas cenas, vamos ver aqui quais duas cenas.” - A gente teve uma parceria muito grande, tanto eu com o Rafael, quanto eu com a produção, quanto a produção com o Rafael. A gente esteve junto o tempo inteiro.

11:54

M.M.: Isso a gente sabe que é fundamental, né, João? A gente sabe que é fundamental você abraçar a equipe, você ter um jogo muito claro.

Quando começou, eu pedi para a produção, fiz uma reunião com a equipe inteira das duas frentes, falando sobre como era fazer novela, as frustrações que a gente ia ter, o tempo que ia ter que ser, a gente ia ter que ter uma produtividade muito maior, o que a gente estava esperando.

Você tem que ter esse jogo e jogar junto. Eu sempre começo com uma frase que é de efeito, mas real. Eu falo que eu tenho dois lugares preferidos na minha vida, e é verdade. É o set de gravação e bloco de carnaval. E nos dois eu quero entrar com a mesma alegria, o mesmo tesão, e eu gosto daquela adrenalina dos dois. Então, eu quero que tenha alegria nos dois, sabe? Eu acho que é fundamental no nosso trabalho a gente ter um set feliz, né?

Porque é muito difícil o que a gente faz. É muito difícil.

12:52

J.B.: A gente passa muito tempo ali para ser sofrido.

12:55

M.M.: Exatamente. Agora vocês fizeram 6 por 1 ou 5 pra 2¹⁰⁵?

13:00

J.B.: A gente começou com 5 pra 2, mas quando acabou o prazo inicial virou 6 pra 1.

16:34

M.M.: Então, eu acho que as grandes diferenças da novela em TV aberta pro *streaming*, as positivas: não tem a faca do IBOPE na sua cabeça, te enlouquecendo, que isso é um horror, quando você faz uma novela. *Babilônia* eu tive labirintite por estresse, quebrei a perna, tive um princípio de um negócio que eu achei que era infarto, tudo isso porque era todo dia. Quando você faz novela que é um fracasso, tudo é errado: “- Ah, mas por que o telefone é vermelho, não gostamos do telefone vermelho.” - tudo vira um auê. Novela de sucesso, qualquer coisa que você faz está lindo.

Então você não tem essa faca do IBOPE na cabeça, isso te dá uma liberdade artística, também maior, porque você pode criar mais, sem estar sempre preocupado com o que o outro vai achar. Você não tem a coisa de botar no ar todo dia, porque mesmo que você faça num ritmo quase de botar no ar todo dia, você sabe que se chover, não vai ter problema.

Eu lembro sempre de uma cena da Aline Moraes, em uma novela do Manoel Carlos, quando ela ficava paraplégica. Aí tinha uma cena dela caminhando pela orla e a cena, eu imaginei que tivesse sido escrita assim, era ela andando, vendo as pessoas jogando futevôlei e correndo, é aquele choque dela não poder fazer isso. Eles fizeram isso na chuva, então tem os caras jogando futebol na chuva e tal...

18:05

J.B.: Eu era assistente nessa novela.

18:08

M.M.: Essa novela é clássica disso. Não era isso?

J.M.: É claro.

M.M.: Eu tinha certeza, quando eu vi a cena na hora, eu falei: “- Gente, coitados, tiveram que fazer essa cena na chuva. Essa cena era para ser outra coisa.” - Aí você tem isso. Você tem que botar a Aline Moraes, na chuva, na cadeira de rodas, com a pessoa jogando futevôlei. Tem que ir lá, tem que fazer. Não tem jeito.

Isso também dá para a gente, um jogo, a gente soluciona as coisas muito rápido. A galera de mercado não soluciona tão rápido. A gente tem um pensamento para

¹⁰⁵ Os números se referem à jornada de trabalho. 6 dias trabalhados para 1 dia e folga ou 5 dias trabalhados para 2 dias de folga.

solucionar na hora, porque a gente tem que solucionar na hora, porque tem que é ir ao ar.

Então é o Ibope, é o ir ao ar, é a hierarquia da Globo, que é aquela hierarquia vertical, que é: “- Ah, cabeças vão rolar.” - Que eu acho diferente. Acho que a hierarquia do streaming é mais horizontal. Você conversa mais, tem menos essa coisa do chefe, que manda. Você tem o canal, que vai te dar um retorno, mas é menos massacrante que a hierarquia da Globo, com certeza. Você não fica preocupado, se o Silvio de Abreu, o Ricardo Waddington, o Mário Lúcio, o Manoel, o Schroder, não sei o quê. Não é personalizado.

19:19

J.B.: Tem que agradar muita gente, antes de agradar o público, que é o Brasil inteiro.

19:23

M.M.: Exatamente. Agora, uma das grandes desvantagens é que a gente tem muito menos autonomia como diretor. Porque a gente tem que mudar montagens, mudar música, mudar a cena. Tem que apresentar tudo para o canal antes.

Você tem que mostrar o figurino. Mostrar a locação. Mostrar não sei o quê.

Eu falava isso para os meninos do canal. Eu falava: “- Bicho, eu só mostro o primeiro episódio. Um mês antes, já todo filmado.” - Nunca mostrei prancha de figurino. Era aquele videozinho, referência. Até levava as pranchas, mas eles nem olhavam.

Netflix, eu lembro que choveu. E aí eu falei: “- Cara, vamos transferir essa cena para um barzinho. Tem um bar ali perto.” - “- Ah, tem que mandar a locação para a Netflix aprovar.” - Falei: “- Gente, é um bar, duas pessoas conversando. Eu faço isso há 30 anos. Eu juro por Deus que não vai dar a chabu.” - Mas tinha que mandar para a Netflix. Então isso para a gente é muito agonizante. Eu já me acostumei e já sei que essa troca é assim.

Tem grandes vantagens também, porque a produtora também é muito envolvida no artístico. É diferente da gente. E, às vezes, é uma troca muito rica e que acrescenta. Eu acho que você pode aproveitar muito isso.

20:44

J.B.: Se, por um lado, você não tem o retorno do público, você tem um embasamento ali. Do seu cliente.

20:48

M.M.: Exatamente. E divide a responsabilidade, você divide, todo mundo viu, todo mundo aceitou, porque novela é assim, deu errado, a gente apanha, mas não, todo mundo viu, todo mundo aceitou junto, todo mundo combinou isso junto, então não tem esse problema. O cliente é igual a publicidade, porque se você começar a bater pé, você não se cria. Eles são os clientes, é assim.

21:24

J.B.: É quase como quando você faz publicidade, né?

21:27

M.M.: É exatamente, é o mesmo esquema da publicidade nesse sentido. São menos chatos, né? A WDB foi muito respeitosa comigo. Quando eu não concordava, eu também escolhi as brigas, vinham os notes do episódio, e eu falava: “- Ah, esse deixa, não tem grande diferença.” Mas quando tinha um que eu não gostava, eu mandava uma justificativa e 90% das vezes eles aceitavam a minha justificativa. Muito poucas vezes teve uma coisa que eles insistissem, uma ou duas. Aquela coisa que eles acham que o público é burro, tem que explicar muita coisa.

22:03

J.B.: Pra não te prender mais muito. Uma outra grande diferença, que eu queria que você falasse sobre isso: edição e finalização, porque na novela da TV Aberta, a gente tem que colocar no ar todos os dias.

Aquele capítulo tem que ser finalizado todos os dias. Você como diretor da equipe, tem que gravar a sua cena e tem que ir logo dar um OK, porque senão ela vai entrar no capítulo e vai ao ar sem você dar um OK. E aqui, uma coisa que eu senti, que assim, eu gravei, claro, as cenas foram sendo editadas, montadas pelos editores, na ordem mais ou menos, pra gente poder fechando os capítulos e o Hugo poder ir finalizando os capítulos. Mas eu tinha cena do capítulo 40, que demorou muito pra ser montada, porque iam na ordem. Quando você vai ver a cena, porque é bom você sentar pra ver a cena e finalizar, quando você tá fresco com o que você fez... Aquele take deu errado, mas isso aqui eu gravei de novo.

23:02

M.M.: A gente trabalhou mais no esquema de novela, João. Eu chamei o Saggese (Alexandre Saggese, editor), e falei pra ele que a gente não pode fazer montagem como é montagem em série. A gente precisa de um supervisor de edição, que é como, eu falei, como na novela. Os editores montam e esse cara fecha o episódio. Então, esse cara tem noção do todo, esse cara coordena os outros caras. Então, eu trabalhei muito próximo de como a gente trabalha em novela.

Eles começaram a montar na segunda semana de filmagem. Já começaram a montar. E aí, os diretores conseguiam ir ver antes. A gente foi mandando também, porque teve uma época de dailies¹⁰⁶, e eu falei: “- Gente, deixa eu mandar as cenas montadas pra vocês. Eu escolho duas por semana, pra vocês verem, é melhor.” - Porque os dailies, às vezes, eles fazem os comentários, que eu sei que vou resolver na montagem. Claro. Eu sei que dá pra resolver. Sei o que que vazou, a tapadeira não sei como. “- O boom vazou”, eu sei amor, não vou usar esse plano. Não vai entrar.

Mas, enfim, eu fiz muito aproximado de como a gente faz na Globo. Eu fiz um sistema de montagem, que a Geórgia e o Patrick até foram meio receosos no início, depois agradeceram horrores, porque sem o Saggese seria impossível. Então, a gente fez muito próximo. É claro que cenas do 40... Depois de um certo tempo, ficou, obviamente, por episódio, pra ir mandando pro canal.

¹⁰⁶ Na relação com os canais de streaming, é comum a produtora enviar todo o material bruto filmado diariamente (Daily) para que os executivos do canal acompanhem o que está sendo feito. Apesar de não ser o resultado final, uma vez que ainda não há edição, eles conseguem ter uma noção conceitual do que está em andamento.

Quando eram grandes eventos, eu falava: “- Mateus, vai lá e edita aquele incêndio do 40, antes de você sair, pra você ver se precisa de alguma coisa, se faltou alguma coisa.” Mas a gente trabalhou, pelo menos do início pro meio, como novela. Então, isso facilitou muito o esquema de montagem.

24:47

J.B.: É, mas você está envolvida nisso até hoje, né?

24:49

M.M.: Até hoje. Até hoje. Pelos meus cálculos, ainda tenho um mês e pouco. Mas aí é o que muda, João. Porque como a gente tem que botar no ar, eu fechei o meu episódio, só passa por aquela análise técnica. Só passa pra ver se vaza o boom, não sei o quê, só por aquela análise técnica. Não passa pelo artístico. A nossa passa pelo canal, pelo Rafael. Então, esse processo demora. Dá até pra você negociar o que você quer, o que você não quer. Mas é isso.

Eu acho que, também, você dividir essa responsabilidade te protege. E às vezes te ilumina. É, realmente, isso vamos fazer. Tem muita nota do canal que tem toda a razão. Claro. Vamos fazer isso, porque fica melhor. Mas demora muito mais. Até porque você também tem um trabalho de mixagem de som muito mais burilado. Um trabalho de desenho... A gente não vê a cor de 180 episódios. A gente vê os primeiros seis, quando muda de fase, mais uns. Eu nunca mais vejo. Eu nunca mais vejo mix de som. Eu vejo tudo. Eu vejo todos os episódios de cor. Faço ajuste, vejo depois o ajustado. Mix idem. Vejo todos os mix. Faço observação. Volto, vejo todo ajustado. Então, assim, ele é mais... A gente também fica mais dono da imagem, nesse sentido. Isso eu acho legal da imagem e do som de tudo. Sim, é mais artesanal, nesse sentido.

26:20

J.B.: Uma coisa que eu achei muito diferente foi a captação do som ambiente. Porque na Globo, como existe aquela indústria por trás, tem aquela biblioteca de sons de tudo, o cara não precisa ter esse cuidado.

Os caras ficavam loucos. Pra gente: “- Pô, mas isso não precisa!” - E a gente tinha o aeroporto de Jacarepaguá em cima do nosso estúdio, que não vedava totalmente.

M.M.: Mas a gente sofria com isso também na cidade cenográfica da Globo.

26:52

J.B.: Só que a gente era de época, né? Não posso ter barulho de avião, não posso ter o barulho do cara buzinando na Abelardo Bueno, sabe?

26:58

M.M.: Mas a gente teve esse problema também, João, porque o Projasco não é estúdio, são galpões. Então eles não eram acusticamente protegidos.

Então eu tinha a moto, o carro, muitas vezes, avião, chuva, que pingava e fazia barulho. Se a chuva estivesse muito forte, a gente tinha esses problemas também.

27:20

J.B.: Mas os caras ficavam desesperados: “- Diretor, tinha avião em 1800?”

27:23

M.M.: Agora a qualidade de som é muito boa. É muito diferente. E os caras de mix são gênios, porque a gente tinha no Projasco, essa coisa, não era uma acústica. Às vezes as vozes ficavam com muito eco. E às vezes você nem entendia. E eles limparam tudo. Gênios, assim, gênios.

É isso, né? Quando você faz com mais cuidado. Obviamente, a gente faz com mais cuidado. Não é a coisa industrial da TV Globo. A gente tem que achar esse mix, um industrial com artesanal, para isso ficar factível e para isso dar dinheiro. Eu acho que o caminho agora vai ser um “Pedaço de mim”. Eu tive uma reunião na Conspiração, eles estão pedindo isso. Quem é o autor da Globo que você conhece que está saindo? Que possa fazer 20 episódios. Produção menor. É o que eles estão querendo. É aquilo, deu certo, é o que todo mundo quer fazer.

28:18

J.B.: Claro, claro. E tem mais tempo no ar, tem mais retenção. O assinante fica ali porque tem arco longo.

28:29

M.M.: Exatamente, exatamente, mas é isso, você não estreia numa TV como uma TV Globo.

Hoje em dia a diferença é, 67% TV aberta, 16% YouTube, sabe quando tem a Netflix que é maior? 4!

4 para 67, quando fala: “- Ah, ninguém mais assiste novela” - como diz Paulo Vieira, a gente mora num país pobre, então sempre vai ter TV aberta, porque também não tem vontade política nenhuma de acabar com pobre, e o pobre vai no entretenimento de graça, claro. Pagar um *streaming*, 20, 30, 40 reais por mês, internet, a gente viu na pandemia. As crianças não conseguiam estudar porque não tinham internet, não tinha computador, não tinha telefone, não tinha nada.

29:18

J.B.: Pagar três ou quatro assinaturas?

29:21

M.M.: Impossível. A HBO, a nossa, ninguém assiste, é 0,00, é um negócio...

29:32

J.B.: É interessante isso, “Senna”? Dizem que “Senna” custou 300 milhões.

29:39

M.M.: É, custou um dinheiro que a gente nunca viu no Brasil.

29:41

J.B.: Que a gente nunca viu. Mesmo para a Netflix, isso se paga?

29:48

M.M.: Não se paga. E aí é aquela coisa. Eu acho que não se paga.

Mas assim, “Senna” pela primeira vez, eles estão tendo um apoio da Netflix internacional, não só de grana, mas com divulgação. Tem uma amiga que é do marketing da Netflix, e ela falou que tiveram duas matérias na Variety, com toda a força dos Estados Unidos ajudando, como nunca ajuda, em nenhuma série. Então, a Netflix trabalha com uma coisa de lucro complicada. Eu não sei nem falar muito dessa coisa econômica, mas eles não trabalham com lucro, eles trabalham de uma outra maneira.

30:27

J.B.: Até a divulgação de resultados deles é uma coisa meio...

30:30

M.M.: É escondida, eles não falam. Então é muito diferente. Até a maneira de ganhar dinheiro, né? Mas agora até estão abrindo essas assinaturas mais baratas, que têm anúncio para pagar.

30:43

J.B.: Está todo mundo falando isso. No programa do Sebrae que eu estou fazendo, que fala com várias pessoas do mercado. É superbacana. E várias pessoas estão falando que o caminho é essa assinatura com publicidade.

Porque eles não têm mais, eles não, nos Estados Unidos já é muito maior o número de pessoas que assinam todas as plataformas com a publicidade. E pra eles é interessante porque assim, a margem de assinantes que você vai adquirir, não vai crescer exponencialmente. Você mais ou menos bate num teto.

31:13

M.M.: Exatamente, que é como estourou a bolha.

31:16

J.B.: Publicidade é a forma que eles têm de continuar crescendo.

M.M.: Exatamente.

J.B.: No final das contas, vira tudo televisão.

31:24

M.M.: Exatamente. Exatamente.

31:27

J.B.: Com reality, com novela, com tudo.

31:31

M.M.: Reality é o que eles querem, é o que dá dinheiro, que estoura. E dá isso, e dá essa coisa da mídia social também. Eu estou desesperada com o lançamento de novelas sem Twitter, gente. Que o Rafa ainda tem isso. Eu estou no Blue Sky, mas no Blue Sky ainda não tem isso, porque eu tinha 32 mil no Twitter, e eu tenho mil no Blue Sky.

E não tem vídeo ainda, né? Porque a gente, por exemplo, Rafael, ele é muito do Twitter e do Instagram. Então ele tinha uma mudança que rolava muito na edição, ele falava, não, deixa essa fala inteira na Camila, porque é meme. Então ele já tem uma curadoria com o cara dele, de memes, porque no Twitter você lança meme. A gente fez a Camila dizer no casamento dela: “- Que boa ideia esse casamento primaveril em pleno Outono”, que é uma frase típica da Bebel, que sempre aparece como meme. A gente tem muito meme na novela pro Twitter, porque o público do Rafael é o público jovem. O Rafael é superstar jovem, fiquei chocada. Fui na CCXP com ele, e é uma loucura, é Beatles, quando ele aparece. Os meus filhos e amigos foram ver uma filmagem nossa, tinha a Giovanna Antonelli, Camila Queiroz, Camila Pitanga, eles cagaram pra todos eles. Todos tiraram foto com o Rafael. Então assim, o Rafael tem essa coisa, esse público jovem meio twitteiro, que eu ainda não sei. Eu estou meio desesperada.