

Telenovelas em movimento: recepção e readequação de obras digitais na lógica da TV tradicional¹

Victor Emmanuel Lopes Justino²

Amanda Lais Pereira Noleto³

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar as telenovelas “Todas as Flores”, produção original da Globoplay, e “Beleza Fatal”, da plataforma Max, a fim de refletir seu impacto midiático no momento em que migram do ambiente digital para a televisão aberta brasileira. As obras, inicialmente concebidas para o streaming, enfrentam desafios ao serem reexibidas na TV tradicional, uma vez que o público atual já está habituado à lógica flexível e personalizada do consumo *on demand*. A pesquisa investiga como os antigos padrões de grade televisiva, que antes moldavam hábitos sociais, tornaram-se hoje um obstáculo para a recepção dessas novelas, exigindo adaptações estruturais e narrativas. O estudo baseia-se em análise comparativa e fundamentação teórica nas perspectivas crítica e culturológica da comunicação, com apoio nas contribuições teóricas de Mauro Wolf.

Palavra-chave: Telenovela; *Streaming*; Televisão aberta; Recepção midiática; Indústria cultural.

Do rádio ao *streaming*: a trajetória das telenovelas no Brasil

As telenovelas ocupam, há décadas, um papel central na cultura midiática brasileira. De sua origem nas radionovelas à consolidação na televisão aberta, o formato se reinventou diante das transformações tecnológicas e das mudanças nos hábitos de consumo. Para compreendermos toda essa adaptação pela qual as novelas passaram até chegarmos aos dias atuais, devemos considerar alguns fatos da história nacional, respeitando a linha cronológica das produções.

Na década de 1930, o rádio começou a se consolidar como um meio de comunicação de massa no Brasil, embora seu uso ainda fosse relativamente restrito. A ausência de dispositivos portáteis e a falta de energia elétrica fora dos grandes centros urbanos dificultavam sua ampla disseminação. Nesse contexto, o governo de Getúlio Vargas desempenhou um papel importante nesse desenvolvimento, reconhecendo

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Audiovisual e Mídias Sonoras da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 2º Semestre, do Curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, e-mail: lj.victoremmanuel@gmail.com

³ Orientadora do trabalho e professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo - UFES, e-mail: amanda.noleto@ufes.br

rapidamente o poder do meio radiofônico como instrumento de disseminação de sua imagem e de suas ideias. Em 1937, Vargas criou o Serviço de Radiodifusão Educativa com o objetivo de difundir programas educativos. Embora esse serviço não tenha introduzido diretamente as radionovelas, ele contribuiu para consolidar o rádio como um meio de comunicação de massa.

Durante essa época, surgiram atrações que se tornaram populares:

Duas atrações inseridas na programação radiofônica desse período caíram no gosto popular e caracterizaram a cultura de massa brasileira nos anos seguintes: a radionovela e o radiojornal. ‘Em busca da felicidade’, uma radionovela de Leandro Blanco, transpôs para o rádio o folhetim dos jornais que agradava ao público feminino (Costa, 2020).

Com a popularização do rádio ao longo dos anos, seria possível surgir outro meio de comunicação que impactasse o mundo da mesma forma? É nesse contexto que surge a televisão, mudando completamente a forma de noticiar e entreter o público. Naquela época, as radionovelas já faziam sucesso na sociedade brasileira, agora, com essa nova tecnologia, que além de permitir ouvir, como já era feito pelo rádio, proporcionava a oportunidade de ver a história se materializar à sua frente, conquistando, assim, o coração dos brasileiros.

O advogado e jornalista Assis Chateaubriand foi o grande responsável por trazer a televisão ao Brasil e, no dia 18 de setembro de 1950, foi inaugurada a PRF-3 TV Tupi de São Paulo, a primeira emissora de televisão do Brasil e da América Latina, trazendo um novo tempo para a comunicação. O surgimento das novelas na televisão brasileira teve início com os primeiros experimentos de teleteatro e teledramas, que adaptavam peças de teatro para a televisão. Programas como esses estabeleceram as bases para o desenvolvimento das novelas.

Com o sucesso dos primeiros experimentos das adaptações teatrais, surgiu a primeira novela transmitida ao vivo: Sua Vida Me Pertence. Essa obra histórica foi um marco na teledramaturgia, sendo transmitida pela TV Tupi, utilizando uma estrutura mais próxima das novelas tradicionais. Com o passar dos anos, novas emissoras de televisão investiram no sucesso das telenovelas, até a criação de uma que realmente traria vida a esse estilo de programação, sendo referência em conteúdo e estratégia de transmissão: a Rede Globo. Um exemplo disso é trazido pela autora Maria Immacolata Vassallo de Lopes:

O horário da novela foi uma criação da Globo, desde os anos 70, quando ela passou a produzir três novelas diárias. Esse horário, [que] se estende por uma faixa que vai das 17h30 às 22h, sincronizou o horário de cada novela e acabou por determinar hábitos de assistência específicos (Lopes, 2003).

Streaming e a reconfiguração do consumo audiovisual

Com base nesse contexto, pode-se considerar que as novelas se tornaram um meio de entretenimento que impactava, e ainda impacta, a vida dos brasileiros no âmbito social e pessoal. Com a televisão sendo um dos maiores meios de entretenimento do brasileiro, surgiu uma nova tecnologia que poderia mudar – ainda mais – esse cenário. Com a chegada da internet no Brasil e os avanços tecnológicos, surgiu a oportunidade de assistir a filmes e vídeos de forma online. Desenvolveram-se, assim, as plataformas de *streaming*, que passaram a oferecer catálogos com filmes e séries, dando ao público a autonomia de criar sua própria grade de programação e assistir ao conteúdo desejado na hora e pelo tempo que quisesse. Com a chegada da plataforma de *streaming* Netflix ao mercado nacional, em 2011, a adaptação e a popularização dessa nova forma de assistir a conteúdo mudaram o planejamento das grandes emissoras, fazendo com que se adaptassem a esse novo modelo de consumo e, junto delas, no caso da Rede Globo, o seu produto de destaque: as telenovelas.

Nos últimos anos, as lógicas de circulação e transmissão das novelas passaram por uma mudança significativa. Em vez de nascerem na televisão e depois migrarem para o digital, algumas obras começaram a ser desenvolvidas diretamente para as plataformas de *streaming*, devido à adoção em massa da população a esse serviço. Ao contrário do movimento da Rede Globo, que leva suas novelas de sucesso para o digital, essas novas obras seguem o caminho inverso: são pensadas e idealizadas para o *streaming* e, devido à grande repercussão e audiência online, são posteriormente inseridas na grade da TV aberta. Esse movimento inverte a lógica tradicional e revela uma nova dinâmica no consumo e na distribuição de produtos culturais no Brasil.

Diante desse cenário, o presente trabalho busca responder: o que explica o sucesso e a repercussão de novelas produzidas para o *streaming* que, mesmo fora da lógica tradicional da TV, retornam à grade televisiva?

O objetivo deste artigo é, portanto, analisar os casos das novelas “Todas as Flores” (Globoplay) e “Beleza Fatal” (Max), observando como elas alcançaram destaque nas

plataformas digitais e foram, posteriormente, incorporadas por emissoras de televisão aberta. Para isso, utilizou-se o método de estudo de caso comparativo, com base em dados de audiência, engajamento em redes sociais e fundamentação teórica nas perspectivas crítica e culturológica da comunicação, com base nas contribuições de Mauro Wolf.

Estudo de caso: “Todas as Flores” e “Beleza Fatal” como produtos híbridos

Com a popularização das plataformas de *streaming* no Brasil, o consumo audiovisual passou por uma revolução. Diferentemente do modelo tradicional da televisão aberta, o *streaming* oferece autonomia ao espectador para escolher o que assistir e quando assistir, influenciando diretamente a forma como as novelas são produzidas e distribuídas. As novelas feitas para o *streaming* misturam características de obras novelísticas e teleséries, mas continuam trazendo, em suas histórias, o melodrama que cativou a América Latina. Para dar embasamento a hipótese levantada por essa pesquisa, apresentamos duas obras para análise: a novela produzida e lançada pelo Globoplay, “Todas as Flores”, e a novela produzida e lançada pela Max, “Beleza Fatal”.

A obra “Todas as Flores”, criada e escrita por João Emanuel Carneiro, com direção artística de Carlos Araújo, foi uma novela feita para a plataforma de *streaming* Globoplay. A novela estreou no dia 19 de outubro de 2022, e seu último capítulo foi transmitido em 1º de junho de 2023. A obra contou com 85 capítulos, lançados em duas temporadas: a primeira com 45 episódios e a segunda com 40. Os episódios foram disponibilizados em blocos de cinco por semana, sempre às quartas-feiras, às 18h, na plataforma de *streaming*. A novela misturava elementos de novela e telesérie e, mesmo sendo lançada diretamente no *streaming*, pode ser considerada uma obra aberta. Isso porque, no intervalo entre uma temporada e outra, a produção pôde alterar o desfecho e o desenvolvimento da narrativa de acordo com a recepção do público, já que a novela teve grande repercussão nas redes sociais (um aspecto que será abordado mais adiante).

Da mesma forma, a novela “Beleza Fatal”, lançada pela plataforma Max, também representa esse novo modelo de produção e exibição. Escrita por Rafael Montes e dirigida por Maria de Médicis e Rafael Miranda Fejes, a estreia ocorreu em 27 de janeiro de 2025, e o último episódio foi transmitido em 21 de março de 2025. A obra conta com 40 capítulos, usando a mesma distribuição de “Todas as Flores”, com blocos de cinco episódios por semana, todos lançados às segundas-feiras. Essa distribuição foi alterada

somente na última semana da novela, quando quatro capítulos foram disponibilizados na segunda-feira, 17 de março de 2025, e o último, na sexta-feira daquela mesma semana, com o intuito de seguir as estratégias das novelas transmitidas na televisão: fazer o público aguardar o tão esperado final e assisti-lo ao mesmo tempo.

Os aspectos observados nas fichas técnicas das novelas “Todas as Flores” e “Beleza Fatal” evidenciam uma tendência semelhante, mesmo sendo produtos originados no meio digital. Ambas adotam o lançamento semanal de blocos de episódios, com números fechados de capítulos, permitindo ao público controlar seu ritmo de especção, algo que não ocorre nas novelas exibidas na televisão tradicional. Essa diferença fica clara no estudo de caso sobre Todas as Flores, que aponta:

Nas entrevistas, foi comum ouvir que todos os capítulos do bloco semanal eram vistos de uma só vez e que o principal motivo que os levava a não concluir o ciclo de cinco capítulos era o sono ou o fato de precisar trabalhar no dia seguinte (Gomes, Carolina da Silva. *et al.* 2024.)

Além disso, a narrativa das duas novelas é centrada no melodrama, explorando apelos emocionais como abandono materno, doenças, rivalidade familiar, vingança e deficiência visual. Outro elemento em comum é o uso de ganchos no final de cada episódio. No *streaming*, onde não há intervalos comerciais como na televisão, essa técnica é usada para garantir a continuidade da atenção do espectador entre os blocos de episódios, uma vez que a narrativa não é interrompida por pausas comerciais. Conforme analisado no estudo de caso de “Todas as Flores”:

Em Todas as Flores, a velocidade com que esses ganchos são retomados e solucionados aguça ainda mais a curiosidade de novos acontecimentos e rompe a estrutura clássica das telenovelas. A ficção do *streaming* traz ainda dois outros tipos de ganchos para além daqueles no final de cada capítulo: os ganchos no final de cada bloco, de médio impacto, e o gancho no final da primeira parte da novela, de grande impacto, que aqui serão explorados em seus diferentes níveis (Gomes, Carolina da Silva. *et al.* 2024.)

Dessa forma, essas novelas combinam fórmulas já reconhecidas pelo público com o novo formato do *streaming*, facilitando sua aceitação e adaptação ao novo meio. Para justificar o uso desses estereótipos, podemos recorrer ao conceito de indústria cultural apresentado por Mauro Wolf:

[...] O mercado de massas impõe estandardização e organização; os gostos do público e suas necessidades impõem estereótipos e baixa qualidade. [...] Aquilo que a indústria cultural oferece de continuamente

novos não são mais do que a representação, sob formas sempre diferentes, de algo que é sempre igual; [...] (Adorno, 1967, *apud* Wolf, 2008).

Assim, as novelas feitas para o *streaming* trazem elementos presentes nos costumes e gostos do receptor para criar uma familiaridade que facilita a aceitação do novo formato oferecido.

Mesmo com essa familiarização com certos tipos de técnicas que ligam esse tipo de novela às novelas tradicionais da televisão, e também com a grande repercussão em espaços como no *Instagram*, *Twitter* e *TikTok* – as duas obras tiveram, um grande número de memes com os personagens de ambas as novelas e os comentários sobre os episódios lançados, isso fez com que as novelas tivessem um grande alcance midiático, mesmo sendo uma novidade no mercado de entretenimento nacional. “Em 7 de junho de 2023, a novela *Todas as Flores* já havia atingido 3,1 milhões de horas assistidas” (Terra, 2023).

Do digital à televisão: limites da migração reversa

Com a grande aceitação do público ao formato e a repercussão na internet das novelas, viu-se a possibilidade de inverter novamente o caminho traçado pelas novelas, que passaram do rádio para a televisão, para o *streaming*, e, novamente, para a televisão aberta. As novelas “*Todas as Flores*” e “*Beleza Fatal*” foram transmitidas em duas emissoras diferentes, na Rede Globo e na Rede Bandeirantes (Band), respectivamente. Tornando-se fixas na grade dos canais, as emissoras tiveram certas dificuldades em relação ao número de telespectadores, mesmo as novelas sendo um grande sucesso nacional nas plataformas de *streaming*.

Esse contraste entre o sucesso online e a recepção na televisão aberta evidencia os limites da migração de conteúdos pensados para o *streaming* para a lógica da TV tradicional. No caso de *Todas as Flores*, exibida pela Rede Globo, a novela enfrentou desafios relacionados ao seu horário de transmissão. A produção foi exibida às 22h, em uma tentativa da emissora de retomar uma faixa que, como aponta a matéria,

[...] entre as décadas de 1960 e 1970, a Globo mantinha uma faixa considerada das 22h, tradicionalmente dedicadas às tramas mais fortes e/ou polêmicas para a época, que contava com uma dura censura da Ditadura Militar (1964 - 1985), sobretudo na segunda década citada (Geovanne Solamini, 2023).

Contudo, por conta da grade da Globo, que frequentemente prioriza eventos como jogos de futebol e programas jornalísticos, a exibição da novela foi marcada por alterações no horário e na duração dos capítulos. A versão levada ao ar também foi mais compacta, com 56 capítulos, em comparação aos 85 originais do Globoplay.

Essas mudanças evidenciam uma das principais dificuldades do público ao transitar do consumo sob demanda para o modelo linear da TV: a perda do controle sobre o ritmo e o horário de exibição. A liberdade de assistir quando e como quiser, característica marcante do *streaming*, foi substituída por uma lógica fixa e imposta pela emissora. Embora “Todas as Flores” tenha registrado uma audiência expressiva em sua estreia na televisão, esse número foi caindo ao longo das semanas. Afinal, com todos os episódios ainda disponíveis no Globoplay, muitos espectadores optaram por continuar assistindo à novela no formato sob demanda, evitando o horário tardio e as limitações da programação tradicional.

Diferente da estratégia adotada pela Rede Globo com “Todas as Flores”, a novela “Beleza Fatal”, produzida pela plataforma Max, foi comprada e exibida pela emissora Bandeirantes (BAND). A obra ocupou o horário nobre, às 20h30, tradicionalmente mais favorável à audiência. Ainda assim, enfrentou dificuldades para repetir o impacto obtido no ambiente digital. A novela foi estendida de 40 para 43 capítulos, e mesmo com uma boa recepção dentro da realidade da BAND, teve audiência considerada baixa frente à proporção de seu sucesso nas redes. “Distribuída em 43 capítulos, a novela original da Max anotou 1,5 pontos de média na Grande SP” (Uol, 2025).

Esse número, embora significativo para os padrões da BAND, revela o contraste quando comparado com a audiência das novelas da Rede Globo. “Mesmo a novela de menor audiência do horário nobre da Globo, Mania de Você, teve uma média de público 14 vezes maior: 21 pontos em SP” (Uol, 2025). Além da diferença histórica entre as emissoras, outro fator relevante é que a novela não fazia parte da tradição de programação da BAND, cujo carro-chefe não é a dramaturgia. Isso reforça que, apesar da qualidade da produção e da grande repercussão digital de “Beleza Fatal”, sua migração para a televisão aberta enfrentou limitações estruturais e culturais que comprometeram seu alcance midiático.

Ao produzir novelas para o *streaming*, as emissoras demonstram uma clara tentativa de se adaptar aos novos hábitos de consumo da sociedade contemporânea. O público-alvo, principalmente a geração Z, valoriza a autonomia proporcionada pelo

formato do *streaming*, em que o conteúdo se adapta à rotina do espectador, e não o contrário, como acontecia anteriormente, quando a sociedade moldava seus horários e sua rotina a partir da programação das emissoras de televisão aberta. Nesse cenário, o *streaming* surge como uma alternativa que respeita esse desejo de liberdade, permitindo que cada indivíduo construa sua própria rotina de entretenimento.

No entanto, no caso das novelas “Beleza Fatal” e “Todas as Flores”, que migraram para a televisão aberta, observa-se uma inversão nesse processo de adaptação. Em vez de seguir as dinâmicas do público, a emissora reintroduz um modelo tradicional e rígido de consumo, com horários fixos e pausas comerciais, retirando, assim, a liberdade trazida pelo *streaming*. Nesse movimento, o público é levado a se adaptar novamente à lógica da grade televisiva, uma lógica que, embora ainda vigente, já não é mais predominante diante das possibilidades tecnológicas atuais.

Essa readequação pode ser lida, à luz da Teoria Crítica, como uma forma de manipulação da Indústria Cultural, que busca manter o controle sobre os modos de consumo, mesmo sob o pretexto de democratizar o acesso ao conteúdo. O entretenimento, nesse caso, deixa de ser uma oferta de múltiplas formas de acesso e passa a ser padronizado, direcionando o público a um modelo que favorece a lógica comercial e a manutenção de audiências nas mídias tradicionais.

Por outro lado, sob a perspectiva culturológica, é possível entender que essa estratégia revela tensões entre as mediações cotidianas do público e as tentativas institucionais de controle da circulação midiática. Ao migrar o conteúdo do *streaming* para a televisão, a emissora espera alcançar novos públicos, especialmente aqueles que não possuem acesso às plataformas digitais. No entanto, essa escolha também implica uma tentativa de ressignificar o conteúdo para outra lógica de recepção, menos flexível e mais institucionalizada.

Esse deslocamento pode gerar resistência ou desinteresse, como se observou com a baixa repercussão midiática de “Todas as Flores” e “Beleza Fatal” em suas reexibições na TV aberta. O público, acostumado à lógica *on demand*, tende a recusar esse retrocesso, revelando que a centralidade do espectador ativo, que seleciona e controla seu consumo, não é facilmente moldada pela lógica tradicional da televisão.

Conclusão

Diante da análise proposta, é possível observar e afirmar que as novelas aqui mencionadas, “Todas as Flores” e “Beleza Fatal”, revelam uma mudança significativa em suas lógicas de produção e recepção no audiovisual brasileiro. O movimento que leva obras criadas e propagadas no *streaming* de volta para a televisão aberta evidencia uma tentativa das emissoras de recuperar a centralidade que possuíam, mesmo diante de um público cada vez mais habituado à autonomia e à flexibilidade trazidas pelo consumo digital.

A investigação mostrou que, embora o sucesso no *streaming* esteja associado à liberdade de escolha, ao formato mais enxuto e ao engajamento nas redes sociais, a transposição dessas narrativas para a TV aberta esbarra em questões estruturais, como a limitação da grade fixa e os formatos padronizados de conteúdo. Essa readequação, que inicialmente parece ampliar o acesso, muitas vezes desvaloriza a experiência construída no digital e não alcança o mesmo impacto de recepção.

A partir das perspectivas das teorias aqui abordadas, a teoria crítica e a teoria culturológica, foi possível compreender que essa circulação não é apenas técnica, mas simbólica e, de certa forma, política. O público, hoje mais ativo e seletivo, não responde da mesma forma à lógica tradicional da televisão, demonstrando que o consumo midiático contemporâneo exige novas formas de mediação.

Como proposta para futuras investigações, seria interessante observar como outras novelas originais de *streaming* se comportam ao migrar para a TV, além de aprofundar a análise da recepção por diferentes públicos, especialmente aqueles que ainda têm a televisão como meio principal de acesso à ficção nacional.

Referencias

ASSIS, Marcelo de. "Todas as Flores", com Regina Casé, é a produção mais assistida do Globoplay. Terra, 2023. Disponível em: https://www.terra.com.br/diversao/musica/todas-as-flores-com-regina-case-e-a-producao-mais-assistida-do-globoplay,4e48e4c9db2df76c64ca2c80b26eb4acox8ep7n2.html#google_vignette. Acesso em: 08 jun. 2025.

Beleza Fatal não foi um sucesso na Band, mas também não houve catástrofe. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/colunas/enfoque-nt/2025/05/10/beleza-fatal-nao-foi-um-sucesso-na-band-mas-tambem-nao-houve-catastrofe-225867.php>. Acesso em: 08 jun. 2025.

COSTA, Rosa Maria Cardoso Dalla. História social dos meios de comunicação. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 08 jun. 2024.

FELIX, Walter. Globo faz pingue-pongue com Todas as Flores e descumpre regra da TV aberta. Na Telinha, 2023. Disponível em: < <https://natelinha.uol.com.br/colunas/quarta->

parede/2023/09/28/globo-faz-pingue-pongue-com-todas-as-flores-e-descumpre-regra-da-tv-aberta-202268.php>. Acesso em: 08 jun. 2025.

GOMES, Carolina da Silva; AUCAR, Bruna Sant'Ana. Espectatorialidades da telenovela no streaming: um estudo de caso de Todas as Flores, do Globoplay. Intercom, p. 1-8, Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/0617202417233366709b457dffc.pdf>. Acesso em: 08 jun. 2025.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, n. 26, p. 17-34, 2003. DOI: 10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469>. Acesso em: 08 jun. 2025.

Por que Beleza Fatal, sucesso no streaming, não chega a 2 pontos na Band? Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/audiencias/2025/04/08/por-que-beleza-fatal-sucesso-no-streaming-nao-chega-a-2-pontos-na-band-224467.php>. Acesso em: 08 jun. 2025.

SOLAMINI, Geovanne. Exibição de ‘Todas as Flores’ na TV reacende o debate: Globo deveria voltar a produzir às 23h?. Geovanne Solamini, 2023. Disponível em: <https://www.geovannesolamini.com/post/exibi%C3%A7%C3%A3o-de-todas-as-flores-na-tv-aberta-reacende-o-debate-globo-deveria-voltar-a-produzir-%C3%A0s-23h>. Acesso em: 08 jun. 2025.

Tudo Sobre a Novela Todas as Flores. Na Telinha, 2023. Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/todas-as-flores#:~:text=A%20dire%C3%A7%C3%A3o%20geral%20%C3%A9%20de,vers%C3%A3o%20compacta%2C%20com%2056%20cap%C3%ADtulos>>. Acesso em: 08 jun. 2025.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação de massa. São Paulo: Presença, 2008. Disponível em: <https://www.inovaconsulting.com.br/wpcontent/uploads/2016/09/teorias-da-comunicacao-by-mauro-wolf.pdf>. Acesso em 08 jun. 2025.