

## As Novas “Vidas” da Telenovela? (Re)existências em Outros Formatos<sup>1</sup>

Marcos Vinicius Meigre e Silva<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas Poços de Caldas

### RESUMO

Este trabalho investiga três formatos oriundos da telenovela a fim de compreender como tal gênero televisivo ecoa na materialização de novos modos, lógicas e estratégias de produção ficcional. Combinando análise da estrutura narrativa com aparatos das lógicas de mercado, aponto para especificidades das (i) novelas para *streaming*, (ii) mininovelas em aplicativos de vídeos curtos e (iii) paráfrases de telenovelas em redes sociais. Foi possível constatar que a telenovela é tomada como matriz fundante dos produtos que a ela referenciam, bem como a adaptabilidade a modelos de produção sustentados pelo ambiente digital e suas estruturas de financiamento, visibilidade pública e gestão.

**PALAVRAS-CHAVE:** telenovela; streaming; ficção seriada; mininovelas.

### INTRODUÇÃO

Este trabalho investiga novos formatos sustentados pela lógica matricial da telenovela, um dos gêneros televisivos mais longevos da televisão nacional e, na atualidade, ancorado em novas lógicas de produção que o atualizam, revisitam e tensionam. Ciente deste contexto, a presente pesquisa avalia três formatos cujas bases fundantes evocam a estrutura da telenovela: (1) novelas para *streaming*; (2) mininovelas para aplicativos de vídeos curtos; (3) paráfrases de telenovelas em redes sociais. A partir da seleção de produtos para cada categoria, analiso a estrutura da narrativa e as lógicas de mercado que sustentam estas peças para observar particularidades e inovações.

### METODOLOGIA

Em função do empenho em captar aspectos intra e extradiegéticos envolvendo a circularidade de produtos derivados da matriz constitutiva da telenovela, adoto uma metodologia que articula (1) estratégias de mercado audiovisual com (2) análise da estrutura narrativa. Esta dinâmica assume que toda peça audiovisual resulta de estratégias de comunicabilidade (Martín-Barbero, 2015) que arregimentam e condicionam a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Ficção Seriada Audiovisual, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da PUC Minas campus Poços de Caldas. Residente pós-doutoral no PPGCOM/UFMG com bolsa FAPEMIG, email: [marcosmeigre@gmail.com](mailto:marcosmeigre@gmail.com).

construção do produto, em diálogo tanto com elementos das lógicas de mercado quanto dos artifícios de composição narrativa.

Tal exercício metodológico se desdobra em eixos secundários. Assim, quando se trata de pensar as estratégias de mercado audiovisual, busco avaliar i) entidades produtoras; ii) marcadores de definição dos produtos; iii) estratégias de divulgação. Já na dimensão da estrutura narrativa, proponho i) identificação dos universos narrativos; ii) análise de construção de personagens; iii) organização e desenvolvimento de arcos dramáticos. Em ambos os eixos, interessa reconhecer como as marcas matriciais da telenovela se fazem presentes no percurso de criação e circulação de peças taxadas como “novelas”, mas não produzidas para a televisão em seu modelo clássico linear.

Como dito, tomo três formatos para a investigação: (1) novelas para *streaming*; (2) mininovelas para aplicativos de vídeos curtos; e (3) paráfrases de telenovelas em redes sociais. No *corpus*, cada um dos eixos terá como objeto de análise os seguintes materiais:

- (1) Novela para *streaming*: *Todas as Flores* (Globoplay, 2023); *Pedaço de Mim* (Netflix, 2024) e *Beleza Fatal* (Max, 2025). Estas obras foram selecionadas porque integram todo o conjunto, até o momento, de novelas lançadas com exclusividade e com o selo de “produto original” para serviços de *streaming* operantes no Brasil, no quesito telenovela;
- (2) Mininovelas para aplicativos de vídeos curtos: canal *Markelly & Ação*, no Kwai. Este canal é um dos pioneiros neste novo formato e se tornou um expoente da produção;
- (3) Paráfrases de telenovelas em redes sociais: *A força do aMar* e *Destinos entrelaçados*, de Larissa Gloor. Com mais de três milhões de seguidores, o perfil da influenciadora digital dedica espaço à produção de “novelas”, obtendo altas taxas de circulação.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde a década de 1950, quando a televisão se instaurou como suporte tecnológico e galgou gradativo espaço na estrutura sociocultural do país, a telenovela experimentou uma trajetória de expansão e consolidação no contexto brasileiro que a transformou num dos principais produtos do audiovisual nacional. Ancorada na premissa melodramática, a telenovela passou por diversas fases, partindo do sentimentalismo das primeiras décadas, passando pelo realismo e atingindo o naturalismo nas produções, que se consagraram como *locus* capaz de construir uma narrativa de nação (Lopes, 2003).

Enquanto fenômeno comunicativo em relação dialógica permanente com a sociedade, a telenovela não só se adaptou em termos de temáticas e modos de abordagem, como também se adequou a diferentes potencialidades tecnológicas e materiais, aos moldes das diferentes facetas que a televisão assume (Mittell, 2010). Na mais contemporânea fase do produto, é inegável a centralidade do ambiente digital como aparato para sobrevivência do gênero televisivo, encontrando vitalidade a partir das discussões de fãs em redes sociais (Borges, Sigiliano, 2021), reavivando memórias e experiências afetivas com a produção ficcional a partir da reassistibilidade e culto ao gênero (Greco, 2018) ou ainda promovendo o uso de tecnologias digitais e da convergência em produções nacionais (Callado, 2022). A porosidade da telenovela brasileira é um dos atributos centrais para a revitalização do gênero, capaz de espriar discussões de cunho social, político, cultural, religioso e econômico em proporções avultosas. Como destaca Baccega (2022, p. 18-19):

Por outro lado, a discussão desses temas se espalha porque a telenovela consegue fazer que eles sejam inseridos nos mais diversos tipos de mídia, em diferentes suportes ou plataformas, dado o grande apelo da narrativa ficcional. É como se a telenovela fosse a matriz que se espalha.

Tomada aqui como matriz fundante, a telenovela tem suas origens remontando à radionovela, ao teleteatro, ao romance folhetim e ao melodrama de origens francesas (Martín-Barbero, 2015). Estas origens ajudaram a consolidar a estrutura narrativa das obras ficcionais, com apelo a arcos dramáticos ancorados na busca pela consagração do amor romântico idealizado (casal heterossexual) e na busca por compensação ética a partir da garantia da acomodação das incertezas da vida social (Baltar, 2019).

Com os novos rumos alçados pelo ambiente digital, no entanto, a telenovela tem enfrentado desafios para realocar-se num cenário audiovisual de novas disputas por atenção e consumo. Diante dos imperativos das redes sociais e das plataformas de *streaming*, a telenovela se viu corporificada em novos modelos de existência que lhe tomam por empréstimo as bases fundantes da matriz melodramática para lhe garantir nova circularidade. A consagração desse novo endereço para o sucesso do melodrama, adaptado a novos formatos, é devedor ao contexto de televisão distribuída por internet na era do *streaming* (Johnson, 2022). Mas não apenas este lugar tem abrigado produções consagradas oriundas da telenovela, pois é notável a reprodução em redes sociais de

memes, esquemas, estruturas e modelos ficcionais inspirados na arquitetura dramática da telenovela brasileira. Atento a essa condição contemporânea do gênero, proponho a reflexão quanto a estes materiais.

## RESULTADOS E CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

No eixo de análise das lógicas de mercado, é possível identificar que estas tramas apontam para a porosidade do gênero telenovela em suas novas formas de existir. As novelas para *streaming* encontram distribuição em catálogos de serviços pagos, todos eles de grandes conglomerados. A vitalidade deste processo revela ainda que tais tramas fidelizam audiências não só neste mercado de nicho, como também encontram as janelas da TV aberta para se reproduzirem (*Todas as Flores* foi para a TV Globo; *Beleza Fatal*, para a Band; apenas *Pedaço de Mim* não assumiu vaga em canais abertos de TV). Já mininovelas e paráfrases em redes sociais encontram reprodutibilidade nos espaços digitais a partir de investimentos de canais privados, com estrutura própria de construção das tramas, cenários e sujeitos adaptados a contextos rudimentares de produção, ainda que pautados pela intencionalidade comunicativa de se assemelhar ao produto original telenovela. São produções, portanto, de baixos custos de financiamento, autonomia nos processos de difusão e divulgação, bem como a demanda permanente por adesão de fãs.

Quanto à dimensão narrativa, as telenovelas para *streaming* vêm apresentando um modelo de construção de universos narrativos, composição de personagens e organização estilística que retoma pontos centrais do melodramático como eixo norteador, mas avançam na ordenação de estratégias narrativas com agilidade na apresentação das tramas e perturbação da estabilidade dramática (todas as três obras antecipam incidentes e já os trazem em primeiros capítulos – tais como Maíra sendo buscada pela mãe Zoé após a morte do pai, em *Todas as Flores*; Liana abusada por Oscar e descobrindo a gravidez de gêmeos, em *Pedaço de Mim*; e Sofia vendo a mãe presa injustamente em *Beleza Fatal*). Trata-se de tramas com redução de número de capítulos (*Todas as Flores* = 85; *Pedaço de Mim* = 17; *Beleza Fatal* = 40), arcos secundários reduzidos para concentração nos núcleos centrais, além de todas elas terem obtido exitosos resultados de conversação nas redes sociais. Tem-se um fenômeno de aceleração dos ritmos narrativos aliado a combinação de arcos, conforme Rocha e Ferreira (2023) já identificaram no caso específico de *Todas as Flores*.

Já as paráfrases produzidas em redes sociais e as mininovelas para aplicativos de vídeos curtos apelam a estratégias da imaginação melodramática (Brooks, 1999) para garantir a expressão do “espetáculo total”, valendo-se do recurso da estilização metonímica (Martín-Barbero, 2015), que prevê a associação de aspectos morais e éticos a traços físicos e da personalidade dos personagens. Os excessos dramáticos, as encenações carregadas de expressividade fisionômica, as inserções de trilhas sonoras com carga de tensão são fatores que conformam a estética destes produtos em aliança aos modelos de uma telenovela clássica, remetendo mais propriamente às origens do gênero do que às etapas mais contemporâneas de produção, quando há foco em novas temáticas, abordagens e construções televisivas. No entanto, há uma sensível distinção nos propósitos narrativos entre essas duas categorias: enquanto as paráfrases têm o intento evidente de replicar a telenovela para ironizar seus protótipos e provocar humor, as mininovelas apelam ao gênero para desdobrar aspectos morais e implicações éticas da vida contemporânea, com juízos de valor e fundo moral para justificar condenações de vilões e consagrações de mocinhos injustiçados (como na mininovela da jovem que queria investir na carreira de atriz e vendeu o próprio filho, recuperando-o após o sucesso).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As formas de consumo da telenovela brasileira estão enfrentando revisões e adaptações, além de forte concorrência com novos produtos e serviços. Com a chegada das redes sociais e a ascensão das plataformas de *streaming*, a telenovela tem visto sua existência ser reposicionada nestes espaços, numa espécie de “novas encarnações” para a matriz do gênero televisivo. O modelo ritualístico de consumo diário, responsável pela criação de vínculos com as obras a partir da garantia de públicos fidelizados, é algo que modelou a relação da telenovela com a sociedade brasileira (Greco, 2018). No entanto, as novas perspectivas apontam para padrões diferenciados, fragmentados e pulverizados de consumo. Enquanto os serviços de *streaming* seguem como o espaço mais próximo aos modelos de gestão das telenovelas da TV aberta, o ambiente das redes sociais e dos vídeos curtos promove uma guinada nas lógicas de assistência, conversação e vitalização do melodrama que outrora esteve centralizado na televisão.

Tomo de empréstimo as contribuições de Silva (2014), quando analisou o contexto da “cultura de séries” no cenário norte-americano e o aplicou ao cenário brasileiro, entendendo este contexto como resultado de novos modos de consumo,

avanços tecnológicos e possibilidades narrativas que sustentam as condições de emergência destas lógicas de inserção das narrativas. Assim, refiro-me à “cultura de telenovelas” para argumentar que os desdobramentos em novos formatos são, em verdade, consolidados graças a avanços tecnológicos (chegada do *streaming*, porosidade das redes sociais), novos modos de consumo (a telenovela disponibilizada nos catálogos de serviços de *streaming*, os cortes de redes sociais) e pelas possibilidades narrativas (as narrativas para *streaming* apelam a novos arcos com maior expressão de violências, sexo e temas tidos como complexos para TV aberta; as redes sociais satirizam telenovelas).

## REFERÊNCIAS

BACCEGA, M. A. Reflexões sobre telenovela: o âmbito do ficcional como desenho do cenário das práticas de consumo. In: LEMOS, L. P.; ROCHA, L. L. (orgs.). **Ficção seriada: estudos e pesquisas**. Volume 5. Alumínio/SP: Jogo de Palavras, São Luís/MA: EDUFMA, 2022, p.13-29.

BALTAR, M. **Realidade lacrimosa: o melodramático no documentário brasileiro contemporâneo**. Niterói: Eduff, 2019

BROOKS, P. **The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, melodrama and the mode of excess**. Londres: Yale University Press, 1995.

CALLADO, V. G. L. Tecnologias digitais, interatividade e convergência: seus usos nas telenovelas e séries televisivas brasileiras contemporâneas. In: LEMOS, L. P.; ROCHA, L. L. (orgs.). **Ficção seriada: estudos e pesquisas**. Volume 5. Alumínio/SP: Jogo de Palavras, São Luís/MA: EDUFMA, 2022, p. 151-162.

GRECO, C. Telenovela e ritual: do culto ao *cult*. **Verso e Reverso**, n.32, v. 79, jan-abr 2018, p. 46-58.

LOPES, M. I. V. A telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, n.26 (jan./abr.), 2003, p. 17-34.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MITTELL, J. **Television and American Culture**. New York: Oxford University Press, 2010.

ROCHA, S. M.; FERREIRA, M. A. Telenovela na era do streaming: inovações narrativas e questões de serialidade em Todas as Flores, do Globoplay. **Conexión**, v. 19, p. 1-17, 2023.

SIGILIANO, D.; BORGES, G. Creative Production of Brazilian Telenovela Fans on Twitter. **Transformative Works and Cultures**, v. 35, p. 1, 2021.

SILVA, M. V. B. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galáxia**, v. 14, p. 241-252, 2014.