

**Da televisão linear ao streaming: o melodrama como modelo de negócios**

**De la televisión lineal al streaming: el melodrama como modelo de negocio**

**From linear television to streaming: melodrama as a business model**

**Bruna Aucar**

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação da PUC-Rio. Doutora em Comunicação pelo PPGCOM PUC-Rio. Coordenadora do grupo Narrativas & Consumo, da PUC-Rio. Bolsista do Programa Jovem Cientista do Nosso Estado da FAPERJ (JCNE). E-mail: [aucar@puc-rio.br](mailto:aucar@puc-rio.br).

**Tatiana Siciliano**

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e do Departamento de Comunicação da PUC-Rio. Doutora em Antropologia pelo Museu Nacional/ UFRJ. Pós-doutora em Sociologia pelo IFCS/UFRJ. Coordenadora do grupo Narrativas & Consumo, da PUC-Rio. Bolsista do Programa de Auxílio à Pesquisa I da Faperj (APq1). E-mail: [tatianasiciliano@puc-rio.br](mailto:tatianasiciliano@puc-rio.br).

**Francisco Malta**

Pós-doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio. Doutor em Literatura Comparada pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Pesquisador do grupo Narrativas & Consumo. E-mail: [chicomalta@gmail.com](mailto:chicomalta@gmail.com).

**Tatiana Helich**

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio. Mestre em Comunicação pela mesma instituição. Editora da Ed. PUC-Rio. Pesquisadora do grupo Narrativas & Consumo. E-mail: [tatihelich@gmail.com](mailto:tatihelich@gmail.com).

**Submetido em:** 28 nov. 2024

**Aprovado em:** 08 fev. 2025



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

## Resumo

Este artigo pretende discutir e mapear como o melodrama, tradicionalmente associado à televisão aberta, está sendo adaptado e incorporado pelos serviços de streaming no Brasil. Analisamos as motivações econômicas e culturais por trás dessa estratégia de negócio, bem como os desafios e potencialidades desse modelo em um mercado audiovisual cada vez mais globalizado e competitivo. Ao explorar a interseção entre a tradição da telenovela e as demandas contemporâneas do universo televisivo, busca-se compreender como o melodrama contribui para a formação de identidades culturais, ao mesmo tempo em que reorganiza as lógicas do mercado brasileiro frente às plataformas digitais.

**Palavras-chave:** Melodrama; Telenovela; Televisão e streaming; Modelos de negócios; Transnacionalização.

## Resumen

Este artículo tiene como objetivo discutir y mapear cómo el melodrama, tradicionalmente asociado a la televisión abierta, está siendo adaptado e incorporado por los servicios de streaming en Brasil. Analizamos las motivaciones económicas y culturales detrás de esta nueva estrategia, así como los retos y el potencial de este modelo en un mercado audiovisual cada vez más globalizado y competitivo. Al explorar la intersección entre la tradición de las telenovelas y las demandas contemporáneas del universo televisivo, buscamos comprender cómo el melodrama contribuye a la formación de identidades culturales, al mismo tiempo que reorganiza la lógica del mercado brasileño en relación a las plataformas digitales.

**Palabras-clave:** Melodrama; Telenovela; Televisión y streaming; Modelos de negocio; Transnacionalización.

## Abstract

This article aims to discuss and map how melodrama, traditionally associated with open television, is being adapted and incorporated by streaming services in Brazil. We analyze the economic and cultural motivations behind this strategy, as well as the challenges and potential of this model in an increasingly globalized and competitive audiovisual market. By exploring the intersection between the soap opera tradition and the contemporary demands of the television universe, we seek to understand how melodrama contributes to the formation of cultural identities, at the same time that it reorganizes the logic of the Brazilian market in relation to digital platforms.

**Keywords:** Melodrama; Soap opera; Television and streaming; Business models; Transnationalization.

## Introdução

Durante a maior parte de sua trajetória, a televisão esteve intrinsecamente conectada ao território nacional. Em vários países, o avanço das tecnologias de transmissão de sinal televisivo, aliado às estratégias para elaboração de grades de programação, foram frequentemente incentivados pelo Estado como parte de um projeto de construção da nação. No Brasil, a telenovela foi estrategicamente utilizada, a partir de 1970, como instrumento de coesão cultural, aproximando públicos diversos e difundindo uma visão idealizada de identidade nacional (Ortiz, Borelli, Ramos, 1991), transformando-se em uma “marca nacional” (Hamburger, 2011, p. 68). Pode-se dizer que entre a década de 1970 e o início dos anos 1990, “a telenovela se confunde com a própria história da televisão, do mercado consumidor, da indústria fonográfica” (Hamburger, 2005, p. 30). Afinal, o gênero não apenas refletiu as aspirações de modernização e homogeneização cultural e política na segunda metade do século XX, mas também funcionou como um poderoso mecanismo de construção simbólica da brasilidade (Lopes, 2003).

As décadas de 1970 e 1980 que marcaram a consolidação da televisão no Brasil coincidiram com a expansão e, posteriormente, o quase monopólio do grupo Globo. A TV Globo “alcançou a posição dominante com uma grade de programação que tinha o ‘sanduíche’ de novelas e o noticiário como ingredientes básicos” (Hamburger, 2005, p. 30). O sucesso das telenovelas se deve, em grande parte, à estrutura melodramática que caracteriza essas produções, com tramas envolventes, personagens arquetípicos, emocionalmente marcantes e conflitos universais que dialogam com diferentes públicos.<sup>1</sup> Com o advento das plataformas de streaming e a crescente busca por conteúdos que combinem apelo popular e viabilidade econômica, o melodrama emerge como uma estratégia eficaz de investimento no ambiente expandido da televisão.

A introdução das plataformas de streaming no Brasil, especialmente com a entrada da Netflix em 2011 e a subsequente expansão de outros sistemas de vídeos por demanda, como Amazon Prime Video, Globoplay e Disney+, trouxe significativas oportunidades e desafios para a programação televisiva e as culturas de vídeo no país. As novas lógicas de produção, distribuição e consumo desencadearam processos disruptivos que fragmentaram o ecossistema midiático audiovisual forçando a indústria nacional a alinhar suas práticas e modelos de negócios para tentar manter sua posição hegemônica diante da potência dos players internacionais.

Este artigo pretende discutir e mapear como o melodrama, tradicionalmente associado à televisão aberta, está sendo adaptado e incorporado pelos serviços de streaming no Brasil. Analisaremos as motivações econômicas e culturais por trás dessa escolha, bem como os desafios e potencialidades desse modelo em um mercado audiovisual cada vez mais globalizado e competitivo. Ao explorar a interseção entre a tradição da telenovela e as demandas contemporâneas do universo televisivo, busca-se compreender como o melodrama contribui para a formação de identidades culturais, ao mesmo tempo em que reorganiza as lógicas do mercado brasileiro frente às plataformas digitais.

Nosso percurso metodológico propõe uma triangulação de materiais empíricos e teóricos que combinam (i) análise de reportagens sobre televisão e streaming coligidas de portais jornalísticos; (ii) entrevistas com profissionais do mercado audiovisual; e (iii) revisão bibliográfica de autores referência na área, como Amanda Lotz (2017; 2021), Ramon Lobato (2019) e Van Dijck (2014). As reportagens foram selecionadas de veículos especializados e gerais, abrangendo o período de 2015 a 2024, para investigar as práticas e estratégias de

---

<sup>1</sup> A Rede Globo passou a enfrentar queda na audiência, nos anos 1990, com a entrada de outras emissoras na disputa, como o SBT (com as novelas mexicanas), a Manchete (com *Pantanal*, 1990) e a partir de 2010, a Record com as novelas bíblicas (Borelli et al., 2000).

plataformas de streaming na adoção de narrativas melodramáticas. As entrevistas foram realizadas presencialmente em 2024, com uso da metodologia de história oral, e contaram com a participação de duas profissionais com ampla trajetória no mercado de televisão: a diretora Maria de Medicis, responsável pela novela *Beleza Fatal*, que estreou em janeiro de 2025 na MAX, e a roteirista Ângela Chaves, autora de *Pedaço de Mim* (2024), série melodramática da Netflix. A tradição da história oral consiste no registro de pessoas que testemunharam acontecimentos do passado e do presente e falam de sua experiência de forma livre na presença de entrevistadores qualificados, guiados por um roteiro flexível (Alberti, 2015). A revisão bibliográfica foi fundamentada em obras que discutem a economia política das mídias, a circulação cultural e as transformações nos modelos de produção e distribuição no contexto digital.

## Melodrama e serialidade

A mídia especializada tem constatado o apreço dos brasileiros por novelas de outros países, como as turcas. O consumo vem crescendo possibilitado tanto pelas plataformas de streaming (Vaquer, 2024a; Vaquer, 2024b) como por emissoras de televisão aberta como a Record (Sacchitiello, 2024a), que frequentemente acrescentam um título dos folhetins turcos em seus catálogos ou programação. A exibição do formato melodramático, aliás, tem despertado o interesse das plataformas de streaming. No Brasil, o grupo Globo lançou a telenovela *Verdades Secretas 2*, em 2021, em primeira mão no Globoplay e anunciou, inclusive, como a primeira novela nacional produzida originalmente para a janela digital.<sup>2</sup> A trama escrita por Walcyr Carrasco se valeu de estratégia semelhante à de outras plataformas, foi disponibilizada em partes, como uma temporada, para o espectador. Desse modo, os 50 capítulos da obra foram liberados, quinzenalmente, em blocos de 10 (Romano, 2021). Para captar espectadores, possíveis futuros assinantes, usou-se a estratégia de abrir o sinal da plataforma e permitir que qualquer pessoa pudesse acessar o primeiro capítulo, em 20 de outubro de 2021 às 21:30h, em formato de *live*. Os demais eram destinados apenas aos assinantes. A mesma telenovela foi exibida, no ano seguinte, na TV Globo, em versão compacta, com 27 capítulos. *Verdades Secretas 2* foi uma continuação de *Verdades Secretas*, exibida em 2015, na TV Globo no horário das 23 horas, com 64 capítulos e que, atualmente, pode ser assistida na plataforma Globoplay.

Entre 2022 e 2023, a telenovela *Todas as flores*, de João Emanuel Carneiro, foi disponibilizada em duas partes no Globoplay, a primeira com 45 capítulos, com cinco capítulos por semana. A segunda temporada foi liberada em abril de 2023. A telenovela estava anteriormente programada para o horário nobre da TV com o nome de *Olho por olho* e por uma decisão executiva foi direcionada para o negócio plataforma do grupo Globo (Pavão, 2023), com o intuito de contar simultaneamente com dois autores consagrados em duas janelas distintas de exibição (Ricco, 2022). Como já foi dito, a telenovela é um dos formatos de maior sucesso do grupo Globo, sempre alvo de novas estratégias mercadológicas que permitam sua adequação às transformações provocadas pela “plataformização das mídias” (Poel, Nieborg, Van Dijck, 2020). O desenvolvimento da infraestrutura de dados e a expansão da internet como distribuidora de conteúdos audiovisuais alteraram a configuração do mercado e o modo de governança desses agentes.

A Netflix foi pioneira na televisão distribuída pela internet (Lotz, 2017), investiu na ampliação global da base de assinantes e, a partir de 2013, na produção de conteúdos originais, tornando-se a maior distribuidora/produtora global de audiovisual. Sem dúvida, a entrada do serviço de vídeo on demand (SVOD) vem alterando os modos de ver e a forma de se relacionar

---

<sup>2</sup> Cf. *Fantástico* (TV Globo, 17/10/2021). Download: <https://globoplay.globo.com/v/9956559/>. Acesso em 20 nov. 2024.

com a televisão, ao permitir que o telespectador escolha o formato espectral de consumo, seja acompanhar a grade, no caso da televisão linear, ou eleger algo em um catálogo, como no streaming (Lotz, 2017). Não é possível decretar o fim da televisão tradicional e nem se falar em uma pós-televisão, pelo fato das plataformas ainda comprarem muitos títulos das televisões lineares e também pela própria importância da televisão aberta em países desiguais e de dimensões continentais, como o Brasil. Para boa parcela da população, a televisão aberta é ainda a principal forma de entretenimento. O Globoplay, desse modo, passa a não atuar apenas como uma concorrente não global da Netflix, mas como um portal que amplifica os conteúdos veiculados na televisão aberta do grupo, a TV Globo, além de construir um acervo memorial da emissora, que fortalece a marca como um ecossistema televisivo.

Daí ser esperado que formatos mais tradicionais e consumidos na televisão aberta, como a telenovela, venham recebendo investimento das plataformas de streaming de vídeo multinacionais, como a Netflix e a Max. Em julho de 2024, a Netflix lançou *Pedra de mim*, com 17 episódios, classificada como “séries dramáticas”, “brasileiros”, “novela”. Na divulgação, é descrita como uma série melodramática, e não como uma telenovela, por possuir poucos episódios e não ser construída paralelamente à sua exibição, o que caracterizaria uma obra aberta (Pallottini, 2012). Conforme entrevista realizada, em novembro de 2024, com a criadora da série, Ângela Chaves, trata-se de uma obra híbrida. Segundo a roteirista, a obra possui “o dna da novela”, por sua base melodramática, história familiar, tensão romântica e dilemas morais que são resolvidos no episódio final. Contudo, a trama conta com uma agilidade narrativa que só é possível em uma obra pequena, com poucos episódios e com arco condensado. Para Chaves, o dna de novela é o seu dna, por sua bagagem em teledramaturgia ter sido construída na televisão aberta, em novelas como *Éramos Seis* (2019) e *Os dias eram assim* (2017), entre outras, quando era contratada da TV Globo. O diretor Maurício Faria e os atores, como Juliana Paes e Vladimir Britcha, também tornaram-se conhecidos por suas atuações na televisão aberta<sup>3</sup>.

Tais trânsitos do gênero telenovela ou série melodramática entre diferentes janelas de exibição apontam uma “serialização das telenovelas e [uma] telenovelação das séries” (Lopes, 2024, p. 10). Desse modo, faz-se fundamental uma breve discussão sobre o conceito de melodrama. Uma das características mais destacadas de uma obra caracterizada como melodramática é sua articulação com o excesso, de uma qualidade de excitação (Silva, 2022). Ismail Xavier (2003) ressalta que a “combinação de sentimentalismo e prazer visual” (p. 89) forneceu a fórmula criativa para a indústria cultural, desde os espetáculos populares teatrais oitocentistas até o cinema hollywoodiano, com seus efeitos especiais, ou seja, forjou uma “imaginação melodramática”, como pontua Peter Brooks (1995).

Brooks argumenta que a estética melodramática estaria no centro da imaginação, da sensibilidade e da consciência moderna. Plasma uma moral oculta, que é hiperbolizada na ficção, demarcando as diferenças entre o bem e o mal. Para o pesquisador estadunidense, vem ocorrendo na Europa – desde de antes do século XVIII – mais uma coexistência de transformações, do que simplesmente a substituição de um aspecto por outro. Por meio de reformulações, velhos temas dos teatros eram recuperados e retrabalhados. Da mesma forma, pode-se entender os gêneros sempre em diálogo com o contexto que os cerca e recebendo influências de outros que os precederam.

A obra seminal de Brooks serve como ponto de partida para reflexão de vários autores. Ismail Xavier (2003) e Esther Hamburger (2005) consideram-na central para se pensar, não apenas

---

<sup>3</sup> Com a concorrência de outros modos de entretenimento audiovisual, potencializada com o streaming, a TV Globo vem perdendo a hegemonia conquistada nos anos 1970 e 1980. Contudo, a programação do horário nobre, com a dupla telejornalismo e telenovela, continua sendo a mais lucrativa (Stycer, 2024).

a literatura e o teatro, mas o audiovisual. Desse modo, a expressão “imaginação melodramática” pode ser compreendida como algo que “ultrapassa barreiras de formatos e escolas, além de transgredir a demarcação entre a alta cultura e o popular entretenimento” (Silva, 2022, p. 187). O gênero geralmente se apoia nos dramas familiares, pois, essas narrativas mobilizam sentimentos considerados universais (Xavier, 2003), sendo essencial capturar as emoções do público. Assim, como parte da estratégia de diálogo com o espectador, privilegia a alternância de momentos calmos, divertidos, movimentados, de tensão e trágicos, em que a “intriga de um melodrama não é jamais bem escrita, mas é sempre bem descrita” (Thomasseau, 2005, p. 136). Mesmo que a trama amorosa não seja o único componente da narrativa melodramática, busca destacá-la através das ênfases sentimentais e emotivas.

Desde sua origem, a ênfase do melodrama está sempre na moral dos personagens e sempre haverá um vilão, um mocinho, um personagem cômico, uma família nobre, sendo “máscaras de comportamentos e linguagens fortemente codificadas e imediatamente identificáveis” (Thomasseau, 2005, p. 39). Dessa forma, o caráter dos personagens é construído de forma esquemática. Apesar dos arquétipos passarem por travessias pautadas por uma intriga movimentada, os mocinhos vencem por conta do bom caráter. Mesmo que tenham desvios ao longo da jornada, ao final, eles se redimem.

Ao observar as telenovelas, percebe-se que determinados elementos que são a base do melodrama: a conciliação de cenas tranquilas e movimentadas com núcleos diversos; a intriga construída de forma a privilegiar o aspecto emocional mesmo que em detrimento da escrita; a questão moral dos personagens, pois cabe ao herói/protagonista manter seus valores acima de tudo e, assim, alcançar seu “final feliz”. Tendo como estratégia propor uma “leitura da vida”, sendo uma “narrativa cotidiana” (Bragança, 2007; Brooks, 1995; Thomasseau, 2005), o melodrama na telenovela participa ativamente da vida corriqueira e comum do indivíduo em sua forma serializada e com duração, no Brasil, de cerca de 160 capítulos, tendo, cada um, em torno de 50 minutos. A organização em episódios e a estrutura de narrativa aberta são, para Martín-Barbero (2001), fatores fundamentais para o sucesso dos folhetins que seduzem justamente por dialogar com a experiência cotidiana do indivíduo.

A serialização, para Umberto Eco (1989), faz o leitor, mas também o espectador, acreditar que desfruta da novidade enquanto, de fato, acompanha um esquema narrativo constante, com personagens conhecidos. Assim, a cada dia, o espectador convive com o “retorno ao idêntico”, que traz uma espécie de consolo ao encontrar o conhecido ao mesmo tempo em que sabe como a trama será conduzida e como os conflitos serão resolvidos. Ao tratar das narrativas seriadas, Márcio Serelle (2023, p. 34) ressalta que “se trata de uma forma industrial que, devedora das ficções seriadas dos séculos anteriores, valoriza a intriga e o entretenimento, fazendo uso, inclusive, de estratégias como a do cliffhanger”. Sobre o gancho narrativo, em geral, são quadros apresentados no fim das cenas, quando há o clímax e a “fala é silenciada e a ação narrativa suspensa, através de um impasse dramático que impede a reação imediata das personagens, com o intuito de oferecer uma representação visual fixa da situação apresentada” (Bragança, 2007, p. 37). Na grade televisiva, o episódio da telenovela é elaborado estrategicamente com ganchos, o que mantém a atenção e a curiosidade do espectador em retomar à trama após o intervalo comercial.

### **O melodrama no streaming: desafios e oportunidades**

Apesar das condições econômicas, industriais e tecnológicas no Brasil apresentarem obstáculos ao crescimento dos serviços de *streaming* de vídeo, permitindo que a televisão aberta continue a mobilizar a maior parte da audiência, podemos detectar aspectos que apontam para uma transformação dos modelos de produção e consumo de ficção seriada no país.

A partir da segunda década dos anos 2000, se observam transformações significativas que

impactam todo o processo de distribuição do audiovisual brasileiro e, consequentemente, as estratégias de investimentos em gêneros e formatos ficcionais. Em 2016, a Netflix avança em seu processo de transnacionalização<sup>4</sup> e consegue dobrar, em apenas doze meses, o número de assinaturas no país. No mesmo ano, o Amazon Prime Vídeo é lançado no Brasil e o Globoplay começa a expandir seu alcance, após sua introdução no fim de 2015. Esses serviços de streaming se tornaram acessíveis em comparação à televisão por assinatura e foram capazes de atender às demandas de um público insatisfeito, intensificando a fragmentação e provocando um rearranjo de nossa indústria.

A expansão global das plataformas de streaming se caracteriza pela procura de novos mercados, de inovações narrativas e de criação de conteúdos que sejam atraentes para diferentes audiências (Lotz, 2021). A investida em novos espaços territoriais foi acompanhada de estratégias mercadológicas que têm como princípio norteador a inclusão cultural (Straubhaar et al., 2021). A promessa de investimento em conteúdos e mão de obra regionais, aliada à circulação das obras em escala global, despontava como solução ideal para mercados caracterizados por oligopólios midiáticos e pela escassez de políticas públicas, como o brasileiro. Idealmente, poderíamos abrir novos espaços, possibilidades de divulgação e de acesso a uma diversidade de gêneros e formatos enraizados na cultura nacional, como o melodrama e a telenovela.

No entanto, é importante ressaltar que, apesar da abertura de oportunidades, a incisiva internacional trouxe implicações relacionadas à perda de autonomia dos agentes industriais internos, intensificação da concorrência audiovisual e precarizações profissionais. A ausência de regulamentação política e as crises econômicas recentes que resultaram em diminuição de financiamentos para o audiovisual também contribuíram para a assimetria de forças entre o mercado brasileiro e os players internacionais, como ressalta Maria de Medicis, diretora de *Beleza Fatal*, novela lançada em janeiro de 2025, pela Max<sup>5</sup>:

---

<sup>4</sup> O serviço, que estava disponível em 60 países, passou a alcançar 130 nações, incluindo localidades fora do circuito massivo do audiovisual como Polônia, Arábia Saudita, Vietnã, Nigéria, Singapura e Indonésia. Hoje, a empresa conta com uma base de mais de 270 milhões de assinantes em mais de 190 países. Por razões políticas, a expansão não inclui China, Crimeia, Coreia do Norte e Síria. Em 2022, devido a guerra estadunidense contra a Ucrânia, suspendeu suas atividades na Rússia. Fontes: Site oficial da Netflix e *O Globo*, 2024.

<sup>5</sup> Após a exibição no streaming, em março de 2025, a produção será transmitida pela Band e marca o retorno da teledramaturgia ao horário nobre dessa emissora. Segundo o Portal Terra, o elenco não aprovou a parceria estratégica entre o streaming e a TV aberta, anunciada em fevereiro de 2025, quando a obra já estava totalmente finalizada. Os atores alegaram não terem sido informados sobre essa possibilidade no momento da assinatura dos contratos – até então exclusivos com a plataforma MAX. Além disso, sentem-se contrariados em associarem suas imagens a uma emissora que investe pouco em teledramaturgia. Vale destacar que a negociação não infringe nenhuma cláusula contratual, embora evidencie a deterioração profissional oriunda das hibridizações e expansões do novo ecossistema audiovisual (Oliveira, 2025). A novela também foi acusada de não cumprir as normas da legislação trabalhista. No dia 10 de fevereiro de 2025, o Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões do Estado do Rio de Janeiro (SATED-RJ) acusou a Max e a produtora Coração de Selva, responsáveis pela obra, de ter trabalhado com atores sem registro profissional e contratos não visados, prática em desacordo com a Lei 6533/78, que regulamenta a profissão de artistas e técnicos (Moura, 2025).

No streaming, quem é dono do projeto é o canal. É o sistema mais americano. Quem é dono é quem está pagando. Quem está pagando é a HBO, é a Netflix. Eles são os donos do produto (...). A gente está vivendo uma uberização dos empregos. A gente perdeu o CLT que era o orgulho de Getúlio Vargas, que vivemos aqui muito. Hoje em dia você tem pouquíssimos empregos CLT e a indústria do audiovisual seguiu muito isso.<sup>6</sup>

As especificidades do Brasil que têm na telenovela seu principal produto audiovisual e uma marca da cultura nacional levaram as plataformas de streaming a apostar no melodrama como um dos principais ativos para a estratégia de expansão nesse território. Além disso, o gênero, que pode ser caracterizado como universal, tem potencial para dialogar com outras culturas regionais, especialmente as localizadas em regiões da América Latina, Sudeste Asiático e Oriente Médio, permitindo uma ampla circulação das obras melodramáticas.

O processo tem início em 2016 com a série *3%*, primeiro título encomendado por um serviço de streaming e desenvolvido integralmente no Brasil. A ficção científica dramática foi a segunda produção da Netflix na América Latina, depois da comédia mexicana *Club de Cuervos*. A narrativa, desenvolvida a partir de um episódio independente lançado no YouTube, está situada em um futuro distópico e apresenta um mundo dividido entre privilégio e escassez, onde apenas 3% da população vive com conforto. Para gerar engajamento, a série mobiliza elementos emocionais e traços melodramáticos – com conflitos morais clássicos, dilemas éticos intensos, lutas entre o bem e o mal – combinados a aspectos próprios da ficção distópica e do thriller político, aliados a uma crítica social à apologia da meritocracia

Embora tenha atraído pouca atenção no Brasil, a série teve boa repercussão internacional, chegando a figurar no topo da lista de títulos de língua não-inglesa mais assistidos nos Estados Unidos (Zanetti, 2017). Os problemas de roteiro e atuação, apontados pela crítica especializada (Jacobs, 2016), foram minimizados frente as novas possibilidades espectatoriais – que dão ao público maior controle da experiência de fruição<sup>7</sup> – e pelo mérito de ter conseguido o financiamento da Netflix fora de seu território. Nos anos seguintes, a Netflix produziu séries como: *O Mecanismo* (2018-2019), *Samantha!* (2018-2019), *Bom dia, Verônica!* (2020-2024), *Coisa Mais Linda* (2019-2020), além de filmes e reality shows. De 2016 a 2024, encomendou 33 ficções seriadas originais brasileiras, o que denota um crescimento do aporte em mercados externos. Em 2024, a empresa anunciou um investimento de quase 8 bilhões de dólares para outros países, valor que supera a aplicação de recursos nos Estados Unidos (Rodrigues, 2024).

Portanto, *3%* abre caminho para a entrada de novos agentes nos sistemas de produção e distribuição de conteúdo audiovisual nacional, o que afetou a preponderância consolidada com o modelo das telenovelas da TV Globo. Para manter sua hegemonia no ecossistema midiático brasileiro, o Grupo Globo migra parte de sua expertise para o ambiente digital, ampliando o alcance de suas produções através da plataforma de streaming Globoplay. Em 2016, logo após o lançamento, a empresa passa a adotar o princípio *Digital First*, em que prioriza a distribuição digital integral das séries antes da TV aberta. O grande diferencial da plataforma é o seu acervo de telenovelas, que permite ao público acessar títulos de sucesso que ficaram na memória coletiva. A biblioteca digital de telenovelas (Lopes, 2024) não atinge apenas as gerações passadas, mas também tem potencial para atrair novos públicos, uma vez que o universo digital desperta engajamento e amplia a conversação nas redes sociais.

O Globoplay adota um modelo de negócios promissor ao integrar, em uma única plataforma, o sinal de televisão aberta, a programação dos canais por assinatura e conteúdos de vídeo sob demanda, permitindo o trânsito de conteúdos por diferentes janelas de exibição. Inicialmente,

---

<sup>6</sup> Entrevista pelos autores em 03 de outubro de 2024.

<sup>7</sup> A Netflix se consolida pelo lançamento de todos os episódios de uma série de uma só vez, estimulando a prática do *binge-watching* (Buonnano, 2019).

a plataforma funcionou como um espaço de experimentação, em que séries, minisséries, novelas, poderiam se arriscar em narrativas e formatos mais livres e ousados, não tão cerceados pelos acordos publicitários.

Em 2018, o melodrama seriado *Assédio* marca o início das produções originais para o Globoplay. O requinte estético e a narrativa permeada por temas sensíveis, como abuso sexual e violência contra a mulher, indicam a intenção da plataforma em competir com os formatos seriados dos streamings internacionais. Sob o comando artístico de Amora Mautner, a série de dez episódios foi realizada em parceria com a produtora O2 Filmes, o que também marca uma maior fragmentação dos processos produtivos da Globo. Com a ampliação dos espaços de distribuição e o sistema de arquivo, a empresa precisou se aproximar do mercado audiovisual independente e começa a encomendar obras para terceiros, o que raramente era feito no sistema de fluxo da TV aberta.

Notadamente, o streaming pôde aprimorar a complexidade das narrativas melodramáticas ao se fixar como um ambiente que não depende do financiamento por anunciantes da televisão linear. Subsidiado por agentes digitais que monitoram o comportamento do espectador, as plataformas se empenham em promover espaços de engajamento, em que a publicidade pode ser hipersegmentada. Assim, *Verdades Secretas II* (2021) foi criada pela oportunidade vista pelos executivos da repercussão de *Verdades Secretas* de 2015 na televisão aberta. A primeira temporada da novela de Walcyr Carrasco movimentou as redes sociais, gerando inúmeros *memes*, *hashtags* e até criação de narrativas transmidiáticas por *influencers* digitais, como Hugo Gloss, que publicava resumos parodiados em sua conta no Instagram (Memória Globo, 2021). Em nova experimentação de negócios, em novembro de 2021, o Grupo Globo se associa à Warner Bros. Discovery para distribuir a novela por todo o mercado latino-americano através da plataforma HBO Max. Em 2024, já se apresentando como Max, a plataforma resolve não apenas distribuir, mas produzir também suas novelas (Sacchitiello, 2024b).

Mesmo com as novas possibilidades de distribuição, a segunda versão não obteve audiência e crítica favoráveis. Podemos dizer que a consolidação da telenovela no streaming brasileiro se deu em 2022, com a premiada *Todas as Flores*, de João Emanuel Carneiro.<sup>8</sup> A segunda novela da plataforma continuou a investir em narrativas melodramáticas clássicas (com conflitos familiares e abordagem emocional intensa entre mocinhos e vilões), mas apontou para hibridizações com os formatos seriados. Todas as histórias – com exceção do núcleo de humor da novela – se direcionavam para os núcleos centrais, um recurso comum usado em séries para acelerar a narrativa (Rocha; De Almeida Ferreira, 2023). Algumas técnicas podem ser percebidas como inovações do streaming e colaboraram para uma novela mais fluida e conectada: menor número de capítulos; núcleos e acontecimentos interligados com a trama central; distribuição em blocos de episódios<sup>9</sup>; número reduzido de personagens e democratização da população ficcional, em que vários personagens alternaram o protagonismo. Em *Todas as Flores*, também observamos a velocidade dos ganchos, retomados e solucionados rapidamente, rompendo com uma temporalidade mais lenta da telenovela. O modelo de financiamento foi baseado em um único grande patrocinador: a empresa de cosméticos Natura, cuja marca foi inserida em toda a narrativa em ações de conteúdo junto à protagonista Maíra (Sophie Charlotte) e filmagens no Centro de Inovação da empresa, em Cajamar.

Após as ações do Globoplay, podemos destacar o investimento da Netflix em *Pedaço de Mim* (2024). Os dilemas emocionais e morais dos personagens fizeram com que a crítica

---

<sup>8</sup> A novela recebeu os prêmios “APCA de televisão” (2022 e 2023), “Faz a diferença”, do jornal *O Globo* (2022), “Troféu AIB de Imprensa” (2023), “Rose D’or Latino” (2023), entre outros (Gshow, 2024).

<sup>9</sup> A novela dividida em duas partes, gerou muita repercussão no Twitter (atual X). Um resumo da primeira temporada foi disponibilizado na semana anterior como forma de despertar expectativa no público.

especializada e o público nas redes sociais se dirigissem à obra como a primeira novela da Netflix (Omena, 2024). Melodrama clássico, centrado em drama familiar, caso raro de fecundação heteroparental. A trama rendeu quase dois milhões de visualizações no primeiro mês de exibição e se destacou como líder do Top 10 global de séries de língua não-inglesa mais vistas nos Estados Unidos, além de estar entre os títulos mais assistidos em outros 20 países (Toledo, 2024). A criadora da série ressalta que dramas com situações contemporâneas – relacionamento amoroso tóxico, estupro de vulnerável e empoderamento feminino – são estratégias narrativas oriundas da telenovela, formato que sempre promoveu diálogo com a realidade social, permitindo identificação emocional do público e moldando debates no Brasil.

## Considerações finais

Ao explorar novas temáticas e linguagens, o investimento em narrativas locais, que ressoam com o público brasileiro e tem a capacidade de atrair audiências internacionais, o melodrama, com formato de telenovela, se firma como produto relevante do ecossistema expandido da televisão. Segundo Lobato (2019), essa estratégia permite que os streamings capitalizem sobre o valor cultural e simbólico de produtos audiovisuais específicos de cada contexto, criando uma rede de produção transnacional que serve a mercados distintos enquanto cultiva uma identidade global. Na maioria dos casos, o modelo se aproveita de mercados desregulamentados e de setores culturais com recursos econômicos limitados (Rios, 2024). A Netflix foi pioneira na implementação de política agressiva de expansão global, intensificada pela decisão de produzir conteúdos próprios sob o selo “Netflix Originals” fora dos Estados Unidos. Tal estratégia permitiu à plataforma conquistar e se consolidar nos mercados locais, na medida em que passou a comprar os “direitos de distribuição digital de produtos da indústria individual local” e a investir na produção de conteúdos daquele país (De Marchi e Ladeira, 2023, p. 2).

Contudo, o crescimento da televisão por streaming, como modelo de negócio, acabou por atrair concorrentes (Penner e Straubhaar, 2020). Em tal cenário competitivo, é preciso aproximar-se mais dos mercados locais, como o Brasil e outros países da América Latina. Em entrevista ao jornal *O Globo*, no final de 2023, a vice-presidente de conteúdo da Netflix Brasil, Elizabetta Zenatti, na função desde 2021, mostrou o planejamento de investimento nas produções locais do país, tendo o melodrama – gênero identificado com o gosto do consumidor nacional – como um dos focos. Daí a aposta na série melodramática, *Pedaço de mim* (2024), que se distingue por ser mais curta e contar com um arco dramático mais enxuto. Série com cara de novela como arma na disputa pela atenção do espectador (Santiago, 2023).

No caso do Grupo Globo, o diferencial reside na sinergia entre a televisão aberta e o streaming que cria um modelo de negócios único, um ecossistema midiático que funciona como um hub, que busca tanto manter a hegemonia no mercado audiovisual nacional quanto ampliar sua relevância no mercado internacional de streaming. O diretor-presidente do grupo Globo, Paulo Marinho, em entrevista ao Jornal *O Globo*, reforça a estratégia de apostar no setor de streaming como “hub digital da Globo” que permite que todo o conteúdo veiculado na televisão aberta, a TV Globo – uma das “mais fortes do mundo e responsável por mais da metade do consumo de vídeo do país” esteja disponibilizado na plataforma. Assim, é possível oferecer aos anunciantes “o funil completo da construção de marca à conversão direta de compra” (Miranda, 2024).

Desse modo, ao investir em telenovelas e séries melodramáticas, o grupo Globo reafirma o papel central desse formato na cultura brasileira, ao mesmo tempo em que adapta suas características às novas dinâmicas de consumo digital. A identificação da telenovela brasileira como “narrativa da nação” (Lopes, 2003) – produto que uniu toda a “comunidade imaginada” via satélite (Hamburger, 2005) e consolidou a TV Globo como metonímia do veículo e do

gênero – formou tanto gerações de profissionais da área audiovisual, como forjou a “estrutura de sentimentos” (Williams, 2011) da audiência – aqui entendida como experiências típicas de uma geração – firmando-se como “matriz cultural” (Martin-Barbero, 2001). A “imaginação melodramática” (Brooks, 1995) das produções com jeito de novela, sejam elas extensas (mais de 100 capítulos) e abertas ou fechadas com menos capítulos (Pallottini, 2012), continuam por traduzir uma “moral oculta com caráter pedagógico” cuja repetição agrada ao espectador.

## Referências bibliográficas

ALBERTI, Verena. Fontes orais. Histórias dentro da História. IN: PINSKY, Carla Bassanezi (Org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2015.

BORELLI, Sílvia; PRIOLLI, Gabriel (orgs). **A deusa ferida**. São Paulo: Summus, 2000.

BRAGANÇA, Maurício. Melodrama: notas sobre a tradição/tradução de uma de uma linguagem revisitada. **ECO-PÓS**, v. 10, n. 2, 2007. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/1016](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1016) Acesso em: 10 fev. 2025.

BROOKS, Peter. **The Melodramatic Imagination**. Londres: Yale University Press, 1995.

BUONANNO, Milly. Serialidade: continuidade e ruptura no ambiente midiático e cultural contemporâneo. **Matrizes**, v.13, nº 3, set./dez., p. 37-58, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/165375> Acesso em: 10 fev. 2025.

DE MARCHI, Leonardo; LADEIRA, João. Originais Netflix: Um panorama da produção audiovisual da Netflix no Brasil 2016-2019. **Revista Famecos**, 30(1), 2023. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/42989> Acesso em: 10 fev. 2025.

ECO, Umberto. **Lector in fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

GSHOW. **Todas As Flores vence prêmio Rose d’Or Latinos como Melhor Telenovela**. Jan., 2024. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/todas-as-flores/noticia/todas-as-flores-vence-premio-rose-dor-latinos-como-melhor-telenovela.ghtml>. Acesso em: 26 nov. 2024.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HAMBURGER, Esther. Telenovelas e interpretação do Brasil. **Lua Nova**, 82, p. 61-86, 2011. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67318715004> Acesso em: 10 fev. 2025.

JACOBS, Guilherme. 3% tem um conceito fascinante, mas falhas na execução prejudicam a série. **Omelete**, 2016. Disponível em: <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=3%25+tem+um+conceito+fascina+nte%2C+mas+falhas+na+execu%C3%A7%C3%A3o+prejudicam+a+s%C3%A9rie.&ie=UTF-8&oe=UTF-8> Acesso em: 10 fev. 2025.

LOBATO, Ramon. **Netflix Nations**. New York: New York University Press, 2019.

LOPES, Maria Immacolata. A Televisão, hoje: TransTV – a televisão como ecossistema digital-narrativo. In: COMPÓS, 2024, Niterói. **Anais [...]** Niteroi: UFF, 2024.

LOPES, Maria Immacolata. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, v.26, p. 17-34, 2003. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469> Acesso em: 10 fev. 2025.

LOTZ, A. D. **Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television**. Ann Arbor: Michigan Publishing, 2017.

LOTZ, Amanda. In between the global and the local. **International Journal of Cultural Studies**, v. 24, n. 2, p. 195-215, 2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1367877920953166> Acesso em: 10 fev. 2025.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001. MEMÓRIA GLOBO. **Verdades Secretas**. Out., 2021.

MIRANDA, André. 'Ao mesmo tempo em que fico orgulhoso do que trilhamos estou pensando no futuro', diz Paulo Marinho, diretor da Globo. **O Globo**, 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2024/11/24/ao-mesmo-tempo-em-que-fico-orgulhoso-do-que-trilhamos-estou-pensando-no-futuro-diz-paulo-marinho-diretor-presidente-da-globo.ghtml#> Acesso em: 10 fev. 2025.

MOURA, Eduardo. Max é alvo de grave denúncia de sindicato por Beleza Fatal. **Audiência Carioca**, fev., 2025. Disponível em: <https://www.audienciacarioca.com.br/max-e-alvo-de-grave-denuncia-de-sindicato-por-beleza-fatal/> Acesso em: 10 fev. 2025.

NETFLIX. **A Netflix está agora disponível no mundo todo**. Disponível em: [https://about.netflix.com/pt\\_br/news/netflix-is-now-available-around-the-world/](https://about.netflix.com/pt_br/news/netflix-is-now-available-around-the-world/) Acesso em: 18 nov. 2024.

O GLOBO. **Netflix adiciona 5 milhões de assinantes no trimestre e lucro cresce**. out. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/negocios/noticia/2024/10/17/netflix-adiciona-5-milhoes-de-assinantes-no-trimestre-e-lucro-cresce-405percent.ghtml#>. Acesso em: 18 nov. 2024.

OLIVEIRA, Davi. Mal-estar? Elenco de 'Beleza Fatal' rejeita exibição de novela na Band. **Portal Terra**, jan., 2025. Disponível em: [https://www.terra.com.br/diversao/mal-estar-elenco-de-beleza-fatal-rejeita-exibicao-de-novela-na-band,558fb5fcc25f7c0890fac30a7d49818g9bhambh.html?utm\\_source=clipboard](https://www.terra.com.br/diversao/mal-estar-elenco-de-beleza-fatal-rejeita-exibicao-de-novela-na-band,558fb5fcc25f7c0890fac30a7d49818g9bhambh.html?utm_source=clipboard)

OMENA, Mateus. Pedaco de Mim é série ou novela? **Exame**, jul., 2024. Disponível em: <https://exame.com/pop/pedaco-de-mim-e-serie-ou-novela-entenda-a-trama-com-juliana-paes-que-chega-a-netflix/> Acesso em: 10 fev. 2025.

ORTIZ, Renato; BORELLI, Sílvia; RAMOS, José. **Telenovela. História e Produção**. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PAVÃO, Filipe. Maíra vingativa, segredos: o que esperar da 2ª temporada de Todas as Flores. **Splash. Portal UOL**, abr., 2023. Disponível em: [https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/04/05/o-que-esperar-da-2-temporada-de-todas-as-flores.htm#:~:text=Maíra%20Vingativa,-Maíra%20\(Sophie%20Charlotte&text=Ela%20quer%20recuperar%20o%20filho,da%20primeira%20parte%20da%20novela](https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/04/05/o-que-esperar-da-2-temporada-de-todas-as-flores.htm#:~:text=Maíra%20Vingativa,-Maíra%20(Sophie%20Charlotte&text=Ela%20quer%20recuperar%20o%20filho,da%20primeira%20parte%20da%20novela). Acesso em: 10 fev. 2025.

PENNER, Tomaz; STRAUBHAAR, Joseph. Títulos originais e licenciados com exclusividade no catálogo brasileiro da Netflix. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 125-149, 2020. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/1430/143066433015/html/> Acesso em: 10 fev. 2025.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras**, v. 22, jan.-abr., 2020. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 10 fev. 2025.

RICCO, Flávio. Globo agora vai produzir duas novelas das 21h simultaneamente. **Portal R7**, jun., 2022. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/prisma/flavio-ricco/globo-agora->

vai-produzir-duas-novelas-das-21h-simultaneamente-17062022/ Acesso em: 10 fev. 2025.

RIOS, Daniel. **Diversidade e Dependência: Netflix e o campo de produção de séries no Brasil**. Tese de doutorado. PPGCOM UFF, Niterói, março, 2024.

RIOS, Daniel; MEIMARIDIS, Melina; MAZUR, Daniela. À sombra da dominância: produção audiovisual nacional à moda Netflix. **Intexto**, Porto Alegre, n. 56, 2024. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/138185> Acesso em: 10 fev. 2025.

ROCHA, Simone; DE ALMEIDA FERREIRA, Mariana. La telenovela en la era del streaming: innovaciones narrativas y cuestiones de serialidad en Todas las flores, de Globoplay. **Conexión**, nº 19, 26 jun., 2023. Disponível em: <https://repositorio.pucp.edu.pe/items/ab01253d-6e0a-4b0c-a866-80e74b1f11ff> Acesso em: 10 fev. 2025.

RODRIGUES, Leonardo. Por que a Netflix aposta em produções fora dos EUA. **Nexo Jornal**, mar., 2024. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2024/03/18/netflix-producao-audiovisual-fora-dos-eua> Acesso em: 10 fev. 2025.

ROMANO, André. Descubra quando Verdades Secretas 2 será exibida na TV aberta. **Observatório da TV**, out., 2021. Disponível em: <https://observatoriodatv.com.br/colunas/andre-romano/descubra-quando-verdades-secretas-2-sera-exibida-na-tv-aberta?amp=1> Acesso em: 10 fev. 2025.

SACCHITIELLO, Bárbara. A onda de sucesso das novelas turcas entre o público brasileiro. **Meio & Mensagem**, nov., 2024a. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/a-onda-de-sucesso-das-novelas-turcas-entre-o-publico-brasileiro#:~:text=Na%20noite%20de%20quarta%2Dfeira,da%20novela%20Força%20de%20Mulher>. Acesso em: 10 fev. 2025.

SACCHITIELLO, Bárbara. Max estreia no Brasil com foco em novelas e no Oscar. **Meio & Mensagem**, fev., 2024b. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/max-estreia-no-brasil-com-foco-em-novelas-e-no-oscar#:~:text=Max%20estreia%20no%20Brasil%20com%20foco%20em%20novelas%20e%20no%20Oscar,-Plataforma%20de%20streaming&text=Max%2C%20a%20nova%20plataforma%20de,Disco%20very%2B%2C%20outra%20plataforma%20do%20grupo>. Acesso em: 10 fev. 2025.

SANTIAGO, Anna Luisa. Executiva da Netflix, Elisabetta Zenatti fala das estreias para 2024. **O Globo**, dez., 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/play/entrevistas/noticia/2023/12/23/executiva-da-netflix-elisabetta-zenatti-fala-das-estreias-para-2024-como-senna-diz-que-plataforma-nao-produzira-novelas-e-avalia-futuro-do-streaming.ghtml>. Acesso em: 26 nov. 2024.

SERELLE, Marcio. A adaptação como ficção expandida na série contemporânea. **Matrizes**, v.17, nº 1, jan./abr., 2023. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/200134> Acesso em: 10 fev. 2025.

SILVA, Anderson. Melodrama, excesso e narrativas midiáticas: uma sistematização baseada na abordagem de parentesco intelectual. **Matrizes**, 16(1), 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/180119> Acesso em: 10 fev. 2025.

STRAUBHAAR, Joseph, SANTILLANA, Melissa, JOYCE, Vanessa, DUARTE, Luiz. **From telenovelas to Netflix**. Palgrave, 2021.

STYCER, Mauricio. Correção de rumos. **Folha de S.Paulo**, nov., 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/mauriciostycer/2024/11/correcao-de-rumos.shtml> Acesso em: 10 fev. 2025.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O melodrama**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

TOLEDO, Mariana. Pedaco de Mim, da Netflix, é sucesso global e impulsiona safra de novelas para streaming. **TelaViva**, jul., 2024. Disponível em:

[https://telaviva.com.br/16/07/2024/pedaco-de-mim-da-netflix-e-sucesso-global-e-impulsiona-safra-de-novelas-para-streaming/#:~:text="Pedaco%20de%20Mim"%20inaugura%20o,Discovery%2C%20apostam%20na%20tend%C3%ancia](https://telaviva.com.br/16/07/2024/pedaco-de-mim-da-netflix-e-sucesso-global-e-impulsiona-safra-de-novelas-para-streaming/#:~:text=). Acesso em: 10 fev. 2025.

VAN DIJCK, Jose. Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. **Surveillance & Society** 12(2), pp. 197-208, 2014. Disponível em:

<https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/datafication>. Acesso em: 10 fev. 2025.

VAQUER, Gabriel. TV Brasil entra em onda de novelas turcas e compra fenômeno do streaming por R\$ 4,4 milhões. **Folha de S.Paulo**, fev., 2024a. Disponível em:

<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2024/02/tv-brasil-entra-em-onda-de-novelas-turcas-e-compra-fenomeno-do-streaming-por-r-44-milhoes.shtml#:~:text=TV%20Brasil%20entra%20em%20onda,por%20R%24%20mil%20milhoes&text=Sucesso%20no%20streaming%2C%20onde%20é,da%20Turquia%20à%20TV%20aberta>. Acesso em: 10 fev. 2025.

VAQUER, Gabriel. Novela turca da Record rouba público de 'Mania de Você' e liga sinal amarelo na Globo. **Folha de S.Paulo**, out., 2024b. Disponível em:

<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/outro-canal/2024/10/novela-turca-da-record-rouba-publico-de-mania-de-voce-e-liga-sinal-amarelo-na-globo.shtml#:~:text=Exibida%20desde%20julho%20no%20hor%C3%A1rio,Mania%20de%20Voc%C3%Aa%20de%20crescer>. Acesso em: 10 fev. 2025.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Ed. Unesp, 2011.

XAVIER, Ismail. Melodrama, ou a sedução da moral negociada. **Novos estudos**, n. 57, jul., 2003. Disponível em: <https://novosestudos.com.br/produto/edicao-57/#gsc.tab=0> Acesso em: 10 fev. 2025.

XAVIER, Ismail. **O olhar e a cena**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

ZANETTI, Laysa. 3% é a série de língua não-inglesa da Netflix mais assistida nos Estados Unidos. **Adoro Cinema**, mar., 2017. Disponível em:

<https://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-129505/> Acesso em: 10 fev. 2025.

## Agradecimentos e fontes de financiamento

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro - FAPERJ