

TELESPECTADORES E TELENVELA NO *STREAMING*: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O CONSUMO DE BELEZA FATAL

VIEWERS AND STREAMING TELENVELA: AN EXPLORATORY STUDY ON THE CONSUMPTION OF FATAL BEAUTY

TELESPECTADORES Y TELENVELA EN STREAMING: UN ESTUDIO EXPLORATORIO SOBRE EL CONSUMO DE BELEZA FATAL

Marcela Costa¹
Ana Roberta Maia Lira²
Thainá Trindade de Moura³

Resumo

O trabalho se alicerça na reflexão sobre o comportamento dos telespectadores de telenovelas no *streaming*, com Beleza Fatal, lançada pela plataforma Max, em 2025, como ponto de análise. A investigação, de caráter exploratório e qualitativo, ancora-se nos pressupostos de Lopes (2003), entendendo que a telenovela é um gênero televisivo, que no Brasil, estabelece-se em uma relação simbiótica entre sociedade, temas e pautas públicas e a TV. Dessa forma, mesmo inserida no ambiente digital, as telenovelas mantêm suas características narrativas e seu valor simbólico na cultura brasileira. Para tanto, por meio de entrevistas em profundidade com oito telespectadores de Beleza Fatal, compreendemos as percepções relacionadas à telenovela, bem como os modos de consumo no *streaming*. Dentre os resultados, os telespectadores pontuaram uma maior flexibilidade de horários e de temas abordados no *streaming*, sem a perda da essência do melodrama, característico das telenovelas, e do envolvimento afetivo com a trama e os personagens. Além disso, os telespectadores destacaram as redes sociais digitais como fundamentais para a divulgação de Beleza Fatal e como grande influência para a descoberta e o consumo da obra, engajamento com personagens e a reverberação da telenovela.

Palavras-chave: telenovela; *streaming*; telespectadores; entrevistas em profundidade; consumo.

Abstract

This study is grounded in a reflection on the behavior of telenovela viewers on streaming platforms, using Beleza Fatal, released by Max in 2025, as the focus of analysis. This exploratory and qualitative investigation is anchored in the premises of Lopes (2003), who understands the telenovela as a television genre that, in Brazil, is established through a symbiotic relationship among society, public themes and issues, and television. Thus, even within the digital environment, telenovelas maintain their narrative characteristics and symbolic value in Brazilian culture. To this end, through in-depth interviews with eight viewers of Beleza Fatal, we sought to understand their perceptions of the telenovela as well as their modes of consumption on streaming platforms. Among the findings, viewers emphasized greater flexibility in scheduling and in the themes addressed on streaming, without losing the essence of melodrama — characteristic of telenovelas — and the affective engagement with the plot and characters. Moreover, viewers highlighted digital social networks as fundamental to promoting Beleza Fatal and as a major influence on the discovery and consumption of the production, engagement with the characters, and the broader reverberation of the telenovela.

Keywords: telenovela; streaming; viewers, in-depth interviews; consumption.

¹ Professora e coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora (2016) e mestre (2012) em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, possui graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Pernambuco (2008).

² Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

³ Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

Resumen

Este trabajo se basa en la reflexión sobre el comportamiento de los telespectadores de telenovelas en streaming, tomando Beleza Fatal, lanzada por la plataforma Max en 2025, como punto de análisis. La investigación, de carácter exploratorio y cualitativo, se sustenta en los presupuestos de Lopes (2003), entendiendo que la telenovela es un género televisivo que, en Brasil, se establece en una relación simbiótica entre la sociedad, los temas y las agendas públicas y la televisión. De este modo, incluso inserta en el entorno digital, las telenovelas mantienen sus características narrativas y su valor simbólico en la cultura brasileña. Para ello, a través de entrevistas en profundidad con ocho telespectadores de Beleza Fatal, buscamos comprender las percepciones relacionadas con la telenovela, así como las formas de consumo en el streaming. Entre los resultados, los telespectadores señalaron una mayor flexibilidad de horarios y de temas abordados en el streaming, sin perder la esencia del melodrama, característico de las telenovelas, y del involucramiento afectivo con la trama y los personajes. Además, los telespectadores destacaron las redes sociales digitales como fundamentales para la difusión de Beleza Fatal y como una gran influencia para el descubrimiento y el consumo de la obra, el compromiso con los personajes y la reverberación de la telenovela.

Palabras clave: telenovela; streaming; telespectadores; entrevistas en profundidad; consumo.

1 Introdução

As telenovelas sempre ocuparam um espaço central na cultura brasileira, não apenas como entretenimento, mas como espelho social e instrumento de construção de identidades (Lopes, 2003). Produzidas majoritariamente pela TV aberta e mais especificamente, pela Globo, maior emissora do país e maior produtora de telenovelas em todo o mundo, essas narrativas acompanharam e acompanham diversas gerações, influenciando comportamentos e hábitos de consumo no Brasil. Como Dias e Ribeiro (2023) sinalizam, a telenovela é o produto televisivo de sucesso, não só pelos números de audiência, que apesar da multiplicação de plataformas e da fragmentação da atenção dos telespectadores, justificam o amplo alcance em todo o Brasil, como também pela relação que as telenovelas têm com os brasileiros.

Se nos anos 50, década de lançamento das telenovelas na TV aberta no Brasil, conforme Hamburger (2011), as histórias eram desconexas da contemporaneidade e da espacialidade das famílias brasileiras, hoje é inegável que se trata, de fato, da narrativa da nação (Lopes, 2003). Ao longo dos anos, as telenovelas têm papel na produção e reprodução de representações que dialogam com o imaginário coletivo social, alimentando um repertório comum, no qual as pessoas se reconhecem. Isso não significa dizer que sempre houve representatividade, de fato nas telenovelas. Ao mesmo tempo, não significa dizer que é possível encontrar interpretações consensuais e produções de sentido únicas em relação às narrativas, aos personagens e aos temas abordados nas telenovelas. Significa afirmar que há um repertório compartilhado e uma comunidade nacional imaginada, a qual a telenovela tem construído (Lopes, 2009).

Com efeito, podemos dizer que há um recurso comunicativo da telenovela brasileira, construído a partir do final dos anos 60, com Beto Rockfeller, exibida na TV Tupi, em 1968. Tal recurso comunicativo está ligado ao paradigma que trouxe o cenário contemporâneo das

idades brasileiras para as telas: linguagem, cotidianidade, humor, moda, pautas sociais, entre outros. Assim, o recurso comunicativo da telenovela brasileira se relaciona tanto com a capacidade da telenovela em mostrar o Brasil como a forma pela qual o Brasil se vê e se reconhece nas telenovelas. É um recurso que se atualiza conforme os acontecimentos correntes e que, mesmo sem fugir da estrutura melodramática, característica das telenovelas como gênero televisivo, vemos os repertórios contemporâneos à época de exibição, ampliarem espaços de problematização da sociedade brasileira (Lopes, 2009) e gerarem conversações entre as pessoas nos mais diversos espaços, como por exemplo nas redes sociais digitais.

Como exemplo disso, em 13 de maio de 2025, durante uma cena da telenovela das 21h, Vale Tudo⁴, na qual a personagem Lucimar (Ingrid Gaigher), com a ajuda da estudante de Direito Daniela (Jéssica Marques), resolve pedir ajuda para conseguir pensão alimentícia do filho, houve um recorde de acessos ao aplicativo da Defensoria Pública do Rio de Janeiro. No horário de exibição da telenovela, foram 4.560 acessos por minuto no aplicativo, representando um crescimento de 300%, já que o normal é 1000 acessos. Somado a isso, os agendamentos realizados durante a exibição de Vale Tudo, no dia 13 de maio de 2025, aumentaram 70% (Santo, 2025).

Vale ressaltar que a atualização das telenovelas não se relaciona somente com os temas das suas narrativas, mas igualmente com a tecnologia, formas de produção, distribuição e de consumo do gênero televisivo. No início da exibição das telenovelas, eram programas ao vivo. Com a chegada do videotape, nos anos 60, foi possível a exibição dentro da grade de programação, com intervalos comerciais, durante seis dias na semana, bem como a evolução da ambientação e da relação entre tempo, localidade e construção narrativa. Igualmente, conforme Ribeiro *et al.* (2010), na década de 1990 e com a virada para os anos 2000, com as reconfigurações na cadeia produtiva audiovisual, as emissoras de televisão, com destaque para a Globo, começaram a encarar transformações majoritariamente na relação com os públicos e das distintas formas de consumo dos conteúdos. Isso, não só tem relação com o avanço das plataformas digitais, mas também com a multiplicação de possibilidade de acesso, de produção e de distribuição de conteúdos audiovisuais com o avanço dos serviços de *streaming*.

Diante desse cenário de mudanças, além de produzir telenovelas que dialoguem com a contemporaneidade, é preciso pensar nos novos tipos de telespectadores, novos modos de consumo, novas formas de monetização publicitária e de mensuração dos índices de audiência. Tão somente porque a produção do conteúdo televisivo pelas emissoras de televisão aberta,

⁴ *Remake* da telenovela da Globo, exibida em 1988, com autoria de Gilberto Braga. Na versão de 2025, Manuela Dias é a autora principal.

sempre foi pautada no consumo dos telespectadores e na monetização para a venda dos espaços publicitários nos intervalos comerciais da grade de programação televisiva. A cultura do *streaming* e a lógica *on demand*⁵ reconfiguraram toda a cadeia produtiva audiovisual (Dias; Ribeiro, 2023). Não é à toa que a Globo investiu no seu próprio serviço de *streaming*, o Globoplay, inclusive com telenovelas exibidas exclusivamente na plataforma.

Para Arditi (2021), o crescimento e fortalecimento do consumo *on demand* permitiu a experimentação pelas emissoras de *streaming* de novos formatos, estilos, estéticas e conteúdos para um público, acostumado com a grade de programação, mas totalmente à vontade com o consumo fora dela. Somado a isso, para o autor, com a diminuição da hesitação das emissoras de *streaming* em relação às produções originais, já que passam a enxergá-las como um espaço mais livre, com a finalidade de explorar histórias por meio de um modelo de distribuição e de consumo, que conta com ferramentas de controle parental, as plataformas de *streaming* começaram a produzir telenovelas, como acontece com a plataforma Max e a telenovela Beleza Fatal, lançada em 2025.

Beleza Fatal foi escrita por Raphael Montes e dirigida por Maria de Médicis, sendo a primeira telenovela feita exclusivamente para a plataforma Max no Brasil. Sua estreia aconteceu no dia 27 de janeiro de 2025, com o lançamento de cinco episódios por semana, e se manteve assim até o seu penúltimo, uma vez que o último episódio foi lançado isoladamente em 21 de março de 2025, somando ao total 40 capítulos. A trama acompanha a história de Sofia (Camila Queiroz), uma criança que viu sua mãe ser injustamente presa por armação de sua tia Lola (Camila Pitanga). Após anos, resolve se vingar de sua tia. Ambientada no universo da beleza e da elite carioca, a trama mistura vingança, segredos familiares e dilemas morais.

Diante de todo esse contexto, surge o interesse em investigar o comportamento dos telespectadores em relação a telenovelas produzidas e exibidas exclusivamente no ambiente digital. Para isso, o trabalho tem como objeto de estudo a novela Beleza Fatal, cuja recepção despertou interesse nas redes sociais digitais e evidenciou novas formas de envolvimento com a dramaturgia. Sendo assim, o objetivo geral do trabalho é analisar as opiniões e as percepções dos telespectadores de Beleza Fatal. Além disso, tem como objetivos específicos: 1. identificar mudanças nos hábitos de consumo e na compreensão sobre o formato telenovela; 2. analisar o engajamento emocional com a narrativa e os personagens; 3. discorrer sobre a relação das telenovelas com o *streaming*.

⁵ Consumo do conteúdo disponível no momento que o consumidor deseja.

Para tanto, além de tomar como base a construção de um referencial teórico sobre a temática a ser investigada, o trabalho tem como procedimento metodológico a pesquisa qualitativa, com as entrevistas em profundidade como instrumento para a coleta de dados. Por se tratar de uma pesquisa exploratória e assim, pouco ou ainda não abordada, a pesquisa qualitativa é a melhor opção, por permitir um menor volume de dados, mas de maior profundidade, justamente por possibilitar respostas subjetivas e assim, aprofundar opiniões, hábitos, experiências e percepções. Em paralelo, às entrevistas em profundidade, realizadas de forma individual, propiciam que os participantes se sintam mais à vontade para responder às perguntas do roteiro pré-determinado, o que para as pesquisadoras subsidia conhecer a fundo a percepção de cada um, sem influência de terceiros (Hair Jr. *et al.*, 2014).

A amostra foi construída por conveniência, isto é, foram pessoas que aceitaram participar das entrevistas. Ao todo, foram oito participantes, com idades variadas, entre 22 e 48 anos, com o filtro de terem assistido à telenovela *Beleza Fatal*, pela Max. Antes da realização das entrevistas, foi solicitado a todos os participantes o consentimento para o uso de imagem e áudio exclusivamente para fins de coleta de dados. Eles também foram informados de que suas identidades seriam preservadas, com a omissão de seus nomes, e que suas declarações seriam utilizadas apenas no contexto desta pesquisa.

Para a realização das entrevistas foi elaborado um roteiro de perguntas, separado em 3 seções, sendo: **Seção 1 – Padrões de consumo:** investigou o hábito de assistir novelas, mudanças ao longo dos anos e a relação com plataformas digitais; **Seção 2 – Consumo de Beleza Fatal no streaming:** analisou a forma como a narrativa foi recebida, o que chamou a atenção do público e como se deu o consumo (ritmo, envolvimento, comparações com a TV) e **Seção 3 – Aceitação dos personagens:** buscou entender o nível de identificação com os personagens, sua construção dentro da narrativa e o impacto emocional que geraram. Ao todo foram 15 perguntas.

As entrevistas foram previamente agendadas com cada participante, de acordo com sua disponibilidade, e realizadas de forma remota, por meio da plataforma Google Meet. As conversas tiveram duração média entre 15 e 20 minutos e foram realizadas em dias diferentes, em maio de 2025. Após a realização das entrevistas, todo o material foi transcrito na íntegra e analisado. Esse processo permitiu uma leitura mais aprofundada das falas, possibilitando identificar padrões, recorrências e nuances nas respostas dos participantes.

Assim sendo, a escolha do tema se justifica pela relevância em compreender como as transformações tecnológicas e comportamentais afetam produtos midiáticos rentáveis e tão característicos da televisão brasileira, como a telenovela. Para o campo Comunicação,

investigar essas mudanças é essencial para entender os novos padrões de consumo, para compreender as estratégias de envolvimento com o público e os caminhos possíveis para a produção de conteúdo audiovisual em tempos de reconfiguração de modelos de monetização, fragmentação da atenção e de novas formas da cadeia produtiva.

2 A telenovela e o *streaming*

A partir de Machado (2000) podemos entender que a telenovela é um gênero televisivo, caracterizado por ser uma narrativa ficcional serializada, na qual o enredo se estrutura na forma de capítulos exibidos de segunda a sábado, em um mesmo horário na grade de programação da emissora televisiva. Ainda conforme o autor, a narrativa seriada da telenovela é do tipo teleológico, uma vez que se resume em um (ou mais) conflito(s) estabelecidos logo no início da trama por meio de um desequilíbrio estrutural e toda a evolução dos acontecimentos busca restaurar o equilíbrio, objetivo atingido, geralmente nos capítulos finais da telenovela (Machado, 2000).

Ainda sobre o assunto, Pallottini (2012) define que a telenovela pode ser entendida como uma história contada através de imagens e diálogos entre os personagens, criando conflitos provisórios (solucionados à medida que a narrativa se desenrola, podendo, inclusive, ser substituídos) e definitivos (solucionados apenas no final). A narrativa toma como base diversos grupos de personagens, que podem se relacionar interna e externamente, isto é, dentro de um mesmo núcleo ou com os demais núcleos. Dentre tais personagens, têm-se os protagonistas (a mocinha e/ou o mocinho), os antagonistas (geralmente as vilãs) e os ajudantes (os fiéis escudeiros dos protagonistas e dos antagonistas). Somado a isso, a narrativa se estende por uma média de 160 capítulos, a depender dos índices de audiência, com duração de 45min por capítulo (Pallottini, 2012).

Por apresentar características próprias e toda uma estrutura de linguagem e de construção narrativa, ao ser entendida como um gênero, no âmbito da televisão brasileira, para Lima (2018), a telenovela brasileira tem propriedades intrínsecas: “a processualidade, o uso de temáticas próprias do melodrama, uso de ganchos para construção de suspense e pedagogismo social [...], tem vocação para convocar debates públicos, potencializados no ambiente de redes”. Isso se dá porque para Lima (2018), o cenário de convergência midiática e de cultura participativa, nos quais, vemos conteúdos sendo perpassados por várias plataformas, o comportamento migratório dos públicos em busca dos conteúdos que desejam e a mudança de

comportamento do público, cada vez mais participativo e colaborador (Jenkins, 2008), ampliam o papel conversacional próprio da telenovela.

Sobre as características da telenovela brasileira apontadas por Lima (2018), convém explicar melhor o que cada uma representa. A processualidade diz respeito ao fato de que a telenovela é produzida quase simultaneamente à sua exibição, o que torna possível promover mudanças no texto, nos personagens diante da resposta dos telespectadores e dos índices de audiência. Já em relação às temáticas do melodrama e o uso dos ganchos para suspense, as telenovelas brasileiras têm suas narrativas, predominantemente, organizadas por atribulações sentimentais que culminam na felicidade de um casal, no triunfo do amor e do bem sobre o mal. As histórias vivem de contrastes, oposições, ações dinâmicas, intrigas, com a finalidade de incentivar a criação de sensações nos telespectadores, sempre empregando ganchos de suspense para manter sua atenção e seu interesse na narrativa (Lima, 2018).

Constantemente, a telenovela brasileira busca promover um enredo que cause reações positivas ou não nos telespectadores de forma que visa estabelecer uma relação de proximidade entre a narrativa, seus personagens e seus telespectadores. Isso é potencializado pelo pedagogismo social, no qual há uma intenção de ensinar, conscientizar os telespectadores sobre comportamentos, temas e causas sociais, o que pode ser chamado de merchandising social. Assim, o objetivo, além de manter a atenção e o interesse dos telespectadores, é incentivar a conversação sobre o que a telenovela está exibindo. Tal contexto, no cenário de convergência midiática e de cultura participativa, de um lado, subsidia ampliar o conteúdo da telenovela para além da TV, como por exemplo, através das redes sociais digitais, e por outro lado, convoca a participação, a colaboração e o engajamento dos telespectadores nas redes, configurando-se no que podemos chamar de telenovela transmídia (Fechine *et al.*, 2013; Lima, 2018).

Contudo, com a consolidação das plataformas digitais, o gênero telenovela passou por reconfigurações estruturais, especialmente no que diz respeito à distribuição e ao consumo das narrativas. A lógica do *streaming* rompe com o modelo tradicional de exibição linear da televisão aberta, trazendo novas exigências quanto ao ritmo, à estrutura e à complexidade das tramas. Dentre as principais mudanças, destaca-se a aceleração do ritmo narrativo, que antecipa o incidente incitante já nos primeiros episódios, prática incomum nas telenovelas exibidas em formato diário. Além disso, observa-se uma concentração das tramas em torno de um núcleo central, com subtramas entrelaçadas de forma interdependente, o que elimina o excesso de núcleos paralelos e a repetição de conflitos. A serialidade, por sua vez, é reorganizada a partir de arcos semanais e quinzenais, rompendo com a lógica da “narrativa aberta” dependente da resposta do público (Rocha; Ferreira, 2023).

O fato é que essas transformações contribuem para o que Mittell (2006) denomina como “complexidade narrativa”, exigindo maior atenção e engajamento do telespectador, uma vez que há uma articulação entre a trama do episódio e o que está a porvir, como uma espécie de novas tramas e subtramas. O modelo de consumo do *streaming*, baseado na autonomia do usuário e na possibilidade de maratona episódios, impõe uma narrativa mais densa e contínua, com menor tolerância à repetição e maior foco em reviravoltas significativas (Rocha; Ferreira, 2023). Dessa forma, vê-se praticamente a solução do conflito por episódio, sem grandes utilizações de ganchos de suspense para prender a atenção do telespectador para o capítulo seguinte.

É interessante observar que, com o *streaming*, os capítulos das telenovelas são disponibilizados em um determinado número e não um por dia, como acontece na televisão aberta. Além do mais, como não o consumo se dá sob demanda, os telespectadores escolhem se vão assistir a todos os capítulos disponíveis de forma seguida, maratonando a telenovela ou o chamado “*binge-watching*”, ou não. Lógica impossível na grade de programação, já que o horário de exibição é pré-determinado. O que se assemelha é a divulgação do capítulo final, no qual, as empresas de *streaming*, disponibilizam de forma isolada.

Acrescenta-se aí que com as empresas de *streaming*, sobretudo a Netflix, as séries internacionais ampliaram o público no Brasil. São narrativas seriadas já disponibilizadas em suas temporadas completas, além de apresentar grande variedade de temas. Há um público mais jovem próximo de um ritmo narrativo mais dinâmico e que está totalmente habituado com o consumo *on demand*, inclusive em relação a compras de produtos e à utilização de serviços. Dessa forma, as produções *on demand* de séries com histórias mais curtas são atrativos para esse público, caracterizado principalmente pela geração Z (Ballerini; Künsch, 2022).

Sobre o assunto, Lopes e Orozco Gómez (2020) apontam que se pode perceber um esforço da adequação de um produto midiático popular brasileiro para continuar relevante no mercado audiovisual nacional e internacional. Afinal, o impacto do *streaming* não se deu apenas em referência à produção de novos conteúdos audiovisuais no mercado, mas também para atender aos novos hábitos de telespectadores e a novos telespectadores já totalmente inseridos no cenário digital. Por essa razão, Lopes e Orozco Gómez (2020) sinalizam para o mix de produção e de consumo em múltiplas plataformas no Brasil como algo que está cada vez mais se tornando uma realidade de maneira que vemos a indústria audiovisual investir na integralização de novos hábitos de consumo de conteúdos midiáticos, na produção de novos formatos e novas formas de serialidade, no desenvolvimento de segmentos com a TV aberta e para além dela.

3 Pesquisa com os telespectadores de Beleza Fatal

Como já explicado na introdução, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com as entrevistas em profundidade como instrumento de coleta de dados, com uma amostra de oito participantes, constituída por conveniência. A tabela 1 sintetiza a amostra.

Tabela 1: Descrição da amostra

Descrição	Faixa etária	Dia da entrevista
Entrevistada 1, mulher	26 anos	17 de maio de 2025
Entrevistado 2, homem	23 anos	27 de maio de 2025
Entrevistado 3, homem	47 anos	30 de maio de 2025
Entrevistada 4, mulher	48 anos	30 de maio de 2025
Entrevistada 5, mulher	25 anos	17 de maio de 2025
Entrevistada 6, mulher	24 anos	30 de maio de 2025
Entrevistada 7, mulher	40 anos	22 de maio de 2025
Entrevistada 8, mulher	22 anos	30 de maio de 2025

Fonte: As autoras (2025).

No que diz respeito aos resultados, é interessante observar que mais do que um simples produto cultural e gênero televisivo, a telenovela faz parte da rotina das famílias, atravessa gerações e se transforma em pauta de conversas e lembranças. A relação do público pela dramaturgia é visível na forma como o gênero ocupa um lugar afetivo e simbólico no imaginário coletivo. Desde cedo, muitos brasileiros crescem assistindo a telenovelas, e esse hábito se mantém ao longo da vida, mesmo diante das transformações nos modos de consumo audiovisual. Essa presença cotidiana se reflete nos relatos dos entrevistados desta pesquisa, como demonstra o entrevistado 3: “Desde muito criança assisto à telenovela, inclusive a primeira que vi foi *Chiquititas*”. Essa lembrança afetiva evidencia como a telenovela está associada à formação cultural e emocional do telespectador, sendo uma marca recorrente nas trajetórias dos participantes entrevistados. Já a declaração da entrevistada 8: “Globo, SBT eram as principais, agora com o *streaming* venho acompanhando também”, revela que, embora os meios de exibição tenham se diversificado, a conexão com o gênero permanece sólida.

Ao observar os relatos sobre hábitos de consumo, é possível afirmar que a televisão cedeu espaço ao digital no cotidiano dos telespectadores, mas de forma complementar, e não como substituição. A telenovela, portanto, continua ocupando um lugar relevante no imaginário e na

rotina do público, ainda que em novas plataformas. Muitos entrevistados destacaram que continuam assistindo à TV aberta, sobretudo a Globo, mas que também utilizam plataformas como o Globoplay e a Max para acompanhar capítulos perdidos ou rever novelas antigas. Como relatam:

Entrevistado 2: Eu sempre assisti, sempre assisto, né? [sic]. Quando posso na Globo, que é novamente seguindo a sequência do que os meus pais assistiam. Quando comecei a ter acesso à Globoplay, eu comecei a rever as novelas que eu já tinha assistido quando eu era criança.

Entrevistada 4: Eu assisto Rede Globo, na minha casa era praticamente o único canal que se assistia e, fora a Globo, eu hoje tenho hábito de ver no Globoplay, tanto pra [sic] ver reprises ou quando eu tô [sic] acompanhando uma novela e eu perco um capítulo, eu procuro na Globoplay pra [sic] ver esse que perdi.

Entrevistada 6: Eu costumo assistir pela Globo, principalmente porque, na minha opinião, ela ainda faz as melhores novelas em comparação com outras emissoras. Ultimamente, também tenho assistido pelo *streaming*, como o Globoplay e a Max.

Nesse contexto, Beleza Fatal, ainda que não seja uma telenovela da TV aberta, incorpora todos os elementos que fizeram do gênero um sucesso duradouro no Brasil: personagens marcantes, conflitos familiares, vilãs carismáticas, reviravoltas e uma estrutura narrativa centrada na emoção. Esses elementos são imediatamente reconhecíveis pelo público, o que contribui para gerar identificação, engajamento e pertencimento. A prova disso é que quando questionados se a obra de Raphael Montes podia ser considerada uma telenovela, a maioria dos entrevistados respondeu positivamente, e um deles trouxe um apontamento destacando a adaptação do formato tradicional ao ambiente do *streaming*:

Entrevistada 1: eu acredito que sim, principalmente pela estrutura mesmo, sabe? A Globoplay começou a colocar as novelas dentro do *streaming* e foi interessante ver outra plataforma nesse movimento. E mesmo que lançasse os episódios da semana no mesmo dia, você poderia fazer esse controle diário para assistir que nem novelas na TV aberta. E sempre tinha o gostinho de novidade do próximo episódio. Acho que foi uma atualização do que a novela pode ser.

Esse depoimento evidencia como a lógica narrativa da telenovela, mesmo em plataformas digitais, mantém seu apelo ao oferecer continuidade e expectativa, atualizando-se para os novos hábitos de consumo sem perder sua essência. Em outras palavras, mesmo com a disponibilidade de cinco capítulos de uma única vez, com conflitos que se resolvem rapidamente, a serialidade, o gancho do suspense são características permanentes, características, como vimos, próprias do gênero televisivo brasileiro.

Como aponta Lopes (2003), o consumo de telenovelas opera como um ritual cultural, ou seja, um gesto repetido que integra a vida cotidiana e dá sentido às experiências sociais. Assim, mesmo em novas plataformas, a novela continua a ser um ponto de encontro entre o público e sua própria cultura. Beleza Fatal não rompe com essa tradição, muito pelo contrário,

atualiza-a para um novo formato, mantendo viva a relação histórica e emocional do brasileiro com a teledramaturgia. Assim como é pontuado pela maior parte dos entrevistados ao questionar se consideraria *Beleza Fatal* uma novela:

Entrevistado 3: Sim, considero sim *Beleza Fatal* novela. A sequência dos capítulos, a forma como ele vai encaixando a história dos personagens, ele acabou me prendendo muito desde o início.

Entrevistada 5: Sim, com total certeza. Eu acho que o enredo, a história é construída bem no padrão novela: um vilão, uma mocinha... então a experiência é bem parecida.

Entrevistada 7: Sim, considero *Beleza Fatal* uma novela. Mesmo tendo sido lançada no *streaming* e não na TV aberta, ela tem toda a estrutura típica de uma novela: capítulos com cortes marcados, *cliffhangers*⁶ entre episódios, desenvolvimento dramático contínuo... A diferença é que ela foi lançada em blocos, com episódios por semana, o que lembra o ritmo de uma série. Mas, no geral, a sensação ao assistir é totalmente de novela.

O fato é que o audiovisual vem passando por uma reconfiguração devido ao surgimento e consolidação das plataformas de *streaming*. Nesse movimento, obras como *Beleza Fatal* trazem enquanto questionamento se é uma construção tradicional do gênero ou não. Rocha e Ferreira (2023), analisam a transição de canais, destacando como as narrativas seriadas produzidas para o ambiente digital incorporam flexibilidade no consumo e modelos de lançamento diferenciados, sem, contudo, descaracterizar a natureza intrínseca da telenovela. Uma das principais diferenças apontadas pelos entrevistados foca no formato de exibição. Enquanto o formato tradicional na televisão aberta adere a uma grade de programação rígida e linear, o *streaming* oferece maior flexibilidade e abertura às diferentes formas de consumo.

Entrevistado 2: a quantidade de blocos, de capítulos me surpreendeu, acreditei que ia durar mais inclusive. Uma novela tradicional dura muito mais. Senti mais liberdade no roteiro da novela do que em novelas da tv aberta. Ainda existe muito tabu por conta do alcance. Mas referente ao formato achei parecido.

A percepção de "mais liberdade" e um ritmo "mais rápido" aponta para a adaptação da narrativa aos hábitos de consumo contemporâneos, em que o espectador tem maior controle sobre quando e como assistir. Já o ritmo de consumo e possibilidade de "maratonar", como mencionado pela entrevistada 4: "Assistia sempre aos cinco capítulos sempre que lançava. Assistia dois na minha hora de trabalho e três à noite sempre! Sempre emendava" representando essa quebra com a lógica da "espera diária" da TV aberta e a possibilidade do *binge-watching*. No entanto, essa flexibilidade não se traduz em uma perda da essência da telenovela. Pelo contrário, a estrutura seriada e o desenvolvimento de tramas complexas e envolventes permanecem.

⁶ Ganchos narrativos.

Como cita a entrevistada 6: "O *streaming* não tem tanto tabu como a TV aberta, mesmo com todo o progresso que já tivemos; o enredo é mais picante e acaba trazendo alguns temas que, se fosse em uma novela das sete, mataria uma senhora do coração, sabe?". Isso reforça que mesmo com todos os avanços obtidos ao longo dos anos nas novelas tradicionais, as produções de *streaming* possuem mais liberdade para ousar em temas mais "picantes" ou "sem tabus", como Rocha e Ferreira (2023) sinalizam. Além do mais, a sensação de continuidade e a curiosidade pelo próximo capítulo, características intrínsecas da telenovela, são mantidas mesmo com o modelo de "Beleza Fatal", como citam os entrevistados:

Entrevistada 1: E mesmo que lançasse os episódios da semana no mesmo dia, você poderia fazer esse controle diário para assistir que nem novelas na TV aberta. E sempre tinha o gostinho de novidade do próximo episódio. Acho que foi uma atualização do que a novela pode ser.

Essa "atualização" reforça a ideia de que a telenovela de *streaming* não é uma ruptura, mas uma evolução. A lógica da "espera" pela resolução dos conflitos, central para a telenovela, é reinterpretada no ambiente digital, seja pela liberação semanal de blocos de episódios, seja pela possibilidade de o espectador dosar seu consumo. Como visto, Rocha e Ferreira (2023) argumentam que, apesar das inovações no formato de lançamento e consumo, a telenovela de *streaming* preserva a capacidade de gerar identificação e engajamento emocional com o público, pilares do gênero. Os personagens marcantes, as reviravoltas no enredo e a exploração de dramas cotidianos continuam sendo elementos centrais, independentemente da plataforma.

Entrevistada 6: Os autores dessa novela pegaram todos os aspectos positivos de prender a audiência de novela das sete e colocaram nessa novela. Me lembrou muito Avenida Brasil. É a mesma estrutura. Em Avenida Brasil, tinha a Carminha, e sinto que fizeram Lola baseada em vilões como ela, que fizeram história na TV brasileira. Carminha foi um grande sucesso. Nazaré tem página no Insta para ela. Eles fizeram uma boa mistura, e Lola desde o início era podre, mas ela conquistou o público, o que me deixa com um pouco de raiva.

Entrevistado 8: Não senti que é diferente de novelas tradicionais. Acredito que o autor pegou as caricaturas mais conhecidas, como a vilã sendo a Lola que claramente é uma caricatura da Virgínia. Senti que só trouxeram essas personalidades mais extremas como são feitas em novelas tradicionais.

Beleza Fatal, nesse sentido, representa a adaptabilidade da telenovela brasileira, que, ao se reinventar no ambiente digital, demonstra sua capacidade de manter-se relevante e de dialogar com as novas gerações de espectadores, sem renunciar a sua identidade narrativa e afetiva. A capacidade de ser "mais livre e adaptada ao meu ritmo" não significa que o produto deixe de ser uma telenovela, mas sim que a telenovela se tornou mais flexível em sua apresentação, sem perder sua "essência" de drama seriado que prende o público.

É importante a mudança de comportamento do telespectador. O público, que antes era visto como um receptor passivo, limitado a assistir aos conteúdos no horário determinado pelas emissoras, passou a ocupar um papel mais ativo na cadeia comunicacional (Jenkins, 2008). Antes, era comum que as pessoas acompanhassem apenas televisão aberta, seguindo rigidamente a grade de programação. Perder um episódio significava, muitas vezes, ficar sem compreender parte da narrativa, já que não havia reprise imediata ou acesso sob demanda.

Entrevistada 1: Não tive autocontrole, comecei um por vez, mas depois peguei para maratonar.

Entrevistado 2: [...] porque na rotina muito corrida que a gente tem hoje, antes quando você só tinha possibilidade da TV aberta, você assistia um capítulo aí passava, se você passasse dois, três dias e não tivesse em casa naquele horário você perdia os capítulos [...].

Entrevistado 7: Maratonei 100%! Já tinham lançado muitos episódios, então quando peguei para assistir foi tudo de uma vez.

As falas revelam um padrão importante: o desejo de adequar o consumo à própria rotina. A rigidez da grade da TV aberta dá lugar à flexibilidade do *streaming*, permitindo que o tempo de consumo seja adaptado à vida cotidiana, frequentemente marcada pela correria e pela falta de horários fixos. A plataforma digital oferece, portanto, um modelo que respeita o ritmo de cada espectador, além de proporcionar maior controle individual sobre a experiência de assistir.

O entrevistado 3 ressalta a diferença em relação ao modelo tradicional, afirmando: "O que eu senti de diferente foi essa possibilidade de assistir vários capítulos de uma vez. Antes, quando você só tinha a TV aberta, se não estivesse em casa naquele horário, perdia o capítulo". Essa percepção foi reforçada ainda pelo entrevistado 1: "Achei até melhor assistir no *streaming*. Com o *streaming*, a experiência é mais livre e adaptada ao meu ritmo. Hoje em dia a gente quer ter tudo disponível logo".

Essas transformações no modo de consumir conteúdo não dizem respeito apenas a uma nova plataforma, mas a uma nova lógica cultural. O público contemporâneo reorganiza seus próprios rituais de consumo, baseando-se no tempo disponível, no grau de interesse e no nível de envolvimento com a narrativa. Como destaca Chacel (2016), esse novo comportamento "reforça a convergência entre lógicas anteriormente separadas – como a da telenovela e a das séries –, criando uma zona híbrida de recepção" (Chacel, 2016, p. 213).

Entender essa audiência e os sentidos que ela constrói é fundamental para compreender as novas dinâmicas da era digital. Nesse contexto, é importante destacar que o *streaming* não surge necessariamente como um substituto da televisão aberta, mas como uma forma de ampliação da experiência narrativa. Ele oferece uma continuidade às práticas de consumo de

ficção seriada, adaptando-as às exigências de um público que busca mais flexibilidade e controle sobre seu tempo, criando um ambiente na qual a TV e as plataformas digitais se complementam.

Também é interessante observar o papel das redes sociais digitais em relação às telenovelas. O consumo de Beleza Fatal não começou dentro do ambiente da plataforma em si, mas sim nas redes sociais digitais. Foi nesse espaço no qual a telenovela começou a conquistar muitos de seus espectadores, possuindo como contexto o novo perfil de público mais participativo, que dentro do caso de Beleza Fatal, compartilhou e legitimou a obra muito antes de acessar os episódios.

É inegável que com o cenário digital, o telespectador assumiu um comportamento mais participativo. Hoje, o público não apenas assiste, mas interage, reage, comenta em tempo real, cria conteúdo derivado, forma comunidades e alimenta ecossistemas narrativos próprios em torno das produções que consome. A telenovela Beleza Fatal, disponibilizada exclusivamente via *streaming*, é um exemplo atual e emblemático desse tipo de consumo. A forma como o público descobriu e passou a acompanhar a obra evidencia o quanto as redes sociais digitais se tornaram catalisadoras de interesse e engajamento narrativo. Algo que já acontecia no cenário totalmente offline, já que a telenovela incentiva a conversação. O que aconteceu foi a potencialização dessa conversação nas redes sociais digitais, como pontuado por Lima (2018).

Nas entrevistas realizadas, os participantes apontaram que o motivo inicial para assistirem à telenovela foi a influência de pessoas e conteúdos nas redes sociais digitais. Ao serem questionados sobre como chegaram à obra, a maioria indicou que não foi uma decisão espontânea, mas sim motivada pela repercussão digital.

Entrevistada 4: 100% por influência. Tava [sic] todo mundo falando sobre.

Entrevistada 5: O que me chamou mais atenção foi os influenciadores no TikTok falando. Um dos primeiros que eu vi foi o Álvaro, e aí eu fiquei com vontade de assistir à novela. Depois, uma amiga me chamou para assistir e eu topei.

Esses depoimentos evidenciam o impacto das redes como catalisadoras do consumo, reforçando o papel da cultura participativa na circulação de produtos audiovisuais. Tal contexto gerou repercussões em múltiplas plataformas e contextos sociais. Muitos relataram que o burburinho nas redes era tão grande que se sentiram quase “obrigados” a acompanhar para não ficarem de fora das conversas.

Entrevistada 8: O que mais me chamou atenção foi a repercussão nas redes sociais. Não foi exatamente pela propaganda da plataforma, mas pelos comentários das pessoas na internet, especialmente no Twitter e Instagram. Vi muitos memes, discussões sobre os 'lolovers', e isso me deixou curiosa.

O termo “lolovers”, inclusive, foi um apelido carinhoso para os fãs da personagem Lola, difundido por criadores de conteúdo como Álvaro, que não apenas comentavam a novela, mas também criaram narrativas paralelas e ressignificações humorísticas da trama. Esse processo está diretamente relacionado ao que Jenkins (2008) entende como cultura participativa e ao que Lima (2018) postula sobre a potencialidade da conversação sobre as telenovelas nas redes sociais digitais. Como bem definiu o entrevistado 2: “Foi uma mistura do que vi nas redes sociais e da opinião de pessoas próximas, como a minha chefe. Foi tanto burburinho que eu decidi que precisava ver também”.

A viralização de *Beleza Fatal* não se limitou ao início da trama. O último capítulo, por exemplo, foi tão aguardado que gerou reuniões de amigos e até baladas transmitindo, demonstrando que o fenômeno ultrapassou o conteúdo audiovisual e se transformou em um evento cultural, atravessando a tela e tornando-se impulsionadora de experiências sociais compartilhadas.

Toda essa dinâmica reforça o que Lopes (2003) compreende como a inserção da telenovela no cotidiano das pessoas e na cultura nacional. Assim, o cenário de circulação intensa nas redes sociais nos leva a refletir sobre um aspecto ainda mais complexo: o desejo de assistir ser, muitas vezes, socialmente construído. Em alguns casos, os entrevistados acreditavam estar tomando a decisão por conta própria, quando, na verdade, essa vontade havia sido moldada pelo consumo de conteúdos na internet. Como exemplo, a entrevistada 7 relata que “foi por conta própria mesmo, porque eu vi a repercussão online”. Isso evidencia que, embora a escolha parecesse autônoma, foi fortemente influenciada pelo ambiente digital. Tal comportamento é reafirmado pela entrevistada 4: “por interesse próprio, mas as redes me influenciaram bastante”.

A experiência de assistir à *Beleza Fatal*, mostra que os processos de consumo e repercussão são ampliados para a coletividade nas redes e não apenas no sofá da sala, como durante muitos anos era restrito. O processo é influenciado pelas múltiplas plataformas e com produção de outros telespectadores sobre a telenovela, para além das estratégias de divulgação comuns a todas as emissoras e produtoras de conteúdo audiovisual. Assim, as redes sociais não são apenas um espaço de divulgação, mas um ambiente central de construção de desejo e pertencimento. Em *Beleza Fatal*, elas atuaram como força motriz para um consumo engajado. Esse fenômeno evidencia que as redes são o verdadeiro ponto de partida da experiência midiática, sendo o local de influência, de conversação, de divulgação, sendo fundamentais para levar os telespectadores para a plataforma de *streaming*.

4 Considerações finais

A presente pesquisa teve como objetivo compreender o comportamento do público de telenovelas de *streaming*, a partir de Beleza Fatal, obra lançada em 2025 pela plataforma Max. No decorrer do estudo, foi possível perceber que, embora a telenovela tenha migrado para o ambiente digital, ela continua ocupando um lugar central no imaginário e na rotina dos brasileiros. O gênero se mantém vivo, agora inserido em uma lógica de consumo mais flexível e participativa.

Por meio da pesquisa qualitativa e das entrevistas em profundidade realizadas, identificamos que o vínculo afetivo com a telenovela permanece forte. Mesmo com mudanças na forma de assistir, como a liberdade de horário e a possibilidade de maratonar episódios, os elementos estruturais do gênero, como os conflitos dramáticos, a continuidade narrativa e os personagens carismáticos, seguem presentes e reconhecíveis.

Um aspecto central revelado pelas entrevistas foi o papel das redes sociais digitais na descoberta e popularização da obra. Beleza Fatal não se destacou apenas por seu enredo, mas também por sua circulação nas mídias digitais, que gerou engajamento espontâneo, apelidos, memes e debates. Essa dinâmica reforça a importância da cultura participativa, em que o público não apenas consome, mas também amplia e ressignifica a narrativa em diferentes plataformas. Além disso, observamos uma atualização do consumo da telenovela. Se antes o telespectador adaptava sua rotina à grade da televisão, hoje a narrativa também pode se adaptar ao tempo e ao ritmo de cada pessoa. Trata-se de nova possibilidade de consumo do gênero, que se reconfigura sem perder sua essência dramática e emocional.

Dessa forma, a telenovela brasileira permanece relevante mesmo na era do *streaming*, justamente por sua capacidade de se reinventar e por estar culturalmente vinculada ao país, como narrativa própria brasileira. Beleza Fatal exemplifica essa transformação ao combinar as características clássicas da teledramaturgia com novas formas de distribuição e engajamento. Os resultados apontam que o *streaming* não substitui a televisão aberta, mas atua de maneira complementar, oferecendo uma ampliação da experiência narrativa e permitindo que diferentes perfis de público encontrem formas mais personalizadas de se conectar com as histórias.

Por fim, esta pesquisa também abre espaço para futuros desdobramentos. Investigações posteriores podem, por exemplo, ampliar o número e a diversidade de entrevistados, considerando diferentes faixas etárias, regiões e contextos socioculturais, a fim de compreender com mais profundidade as variações no consumo de novelas via *streaming*. Outra possibilidade é realizar análises comparativas entre Beleza Fatal e outras produções originais de plataformas

digitais, como Verdades Secretas e Todas as Flores, ambas da Globoplay, buscando identificar padrões de engajamento e estratégias narrativas.

Também seria relevante explorar o papel das redes sociais digitais e dos algoritmos na descoberta e circulação dessas obras, observando como o público participa ativamente da repercussão e ressignificação das narrativas. Igualmente, merece atenção o modo como o gênero telenovela vem se transformando em termos estéticos e estruturais para dialogar com as novas lógicas de consumo sob demanda.

Referências

ARDITI, D. **Streaming culture**: subscription platforms and the unending consumption of culture. [S. l.]: Emerald Publishing Limited, 2021.

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**, [S. l.], v. 11, n. 1, p. e022004, 2022. DOI: <https://doi.org/10.58050/comunicando.v11i1.239>. Disponível em: <https://revistas.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/239/185>. Acesso em: 24 jun. 2025.

CHACEL, M. C. C. **Audiência transmídia**: uma proposta de conceituação a partir das telenovelas da Rede Globo. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016. Disponível em: <https://attena.ufpe.br/bitstream/123456789/17437/1/Tese%20Final%20Marcela%20Costa.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

DIAS, G. R.; RIBEIRO, A. P. G. Todas as Flores e o formato de telenovela para o streaming: uma análise da estrutura semanal de capítulos. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46., 2023, Belo Horizonte. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202323573164dd8c9b038f6.pdf. Acesso em: 24 jun. 2025.

FECHINE, Y. *et al.* Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. *In*: LOPES, M. I. V. (org.). **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013. p. 19-60.

HAIR JR, J. F. *et al.* **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Porto Alegre: AMGH, 2014.

HAMBURGER, E. Telenovelas e interpretações do Brasil. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 82, p. 61-86, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/b4TLvPwvSfT4DfSnJqJ3fvQ/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 jun. 2025.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LIMA, C. A. R. **Telenovela transmídia na Rede Globo: o papel das controvérsias**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/jspui/bitstream/123456789/29837/1/TESE%20Cec%20adlia%20Almeida%20Rodrigues%20Lima.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, n. 26, p. 17-34, 2003. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v0i26p17-34>. Disponível em: https://revistas.usp.br/comueduc/pt_BR/article/view/37469/40183. Acesso em: 24 jun. 2025.

LOPES, M. I. V. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, 2011. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v3i1p21-47>. Disponível em: https://revistas.usp.br/matrizes/pt_BR/article/view/38239/41021. Acesso em: 24 jun. 2025.

LOPES, M. I. V.; OROZCO GÓMEZ, G. O melodrama em tempos de streaming. *In*: LOPES, M. I. V.; OROZCO GÓMEZ, G. (org.). **O melodrama em tempos de streaming**. Porto Alegre: Sulina, 2020. p. 83-109.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2000.

MITTELL, J. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p29-52>. Disponível em: https://revistas.usp.br/matrizes/pt_BR/article/view/38326/41181. Acesso em: 24 jun. 2025.

PALLOTINI, R. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: Moderna, 2012.

ROCHA, S. M.; FERREIRA, M. A. Telenovela na era do streaming: inovações narrativas e questões de serialidade em Todas as flores, do Globoplay. **Conexión**, n. 19, p. 133-151, 26 jun. 2023. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9472050.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2025.

SANTO, T. E. Busca em app da Defensoria Pública do RJ aumenta 300% após cena sobre pensão alimentícia em Vale Tudo. **G1**, Rio de Janeiro, 13 maio 2025. Disponível em: G1 Globo. Acesso em: 24 jun. 2025.

Data de submissão: 21/07/2025

Data de aceite: 09/12/2025