

ISSN: 2178-602X

Artigo Seção Temática
Volume 20, Número 1, jan.-abr. de 2026Submetido em: 23/06/2025
Aprovado em: 07/01/2026

Relicário digital televisivo: as telenovelas no Globoplay e a gestão da memória audiovisual brasileira

Digital television reliquary: telenovelas on Globoplay and the stewardship of Brazilian audiovisual memory

Relicario digital televisivo: las telenovelas en Globoplay y la gestión de la memoria audiovisual brasileña

Mayka CASTELLANO¹
Melina MEIMARIDIS²

Resumo

Este artigo analisa as estratégias do Grupo Globo na instrumentalização da memória televisiva, tomando as telenovelas disponibilizadas no Globoplay como estudo de caso. A partir do conceito de “relicários digitais televisivos”, discute como o *streaming*, ainda que associado ao “novo”, atua como repositório do passado, institucionalizando práticas nostálgicas de colecionismo, sobretudo em serviços vinculados a conglomerados midiáticos locais. No Brasil, essa dinâmica amplia o acesso ao patrimônio televisivo, em especial às telenovelas brasileiras, mas evidencia riscos ao subordiná-lo a estratégias privadas, na falta de políticas públicas consistentes para preservação audiovisual.

Palavras-chave: Relicários digitais televisivos; *Streaming*; Memória televisiva; Telenovela; Acervo televisivo.

Abstract

This article examines Grupo Globo's strategies in the weaponization of television memory through a case study of the *telenovelas* available on Globoplay. Using the concept of “television digital reliquaries,” it explores how streaming, despite its association with “novelty”, also functions as a repository of the past, institutionalizing

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: maykacastellano@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4401-5979>

² Pós-doutoranda no Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberania Informacionais (INCT-DSI) e representante brasileira do Global Internet TV Consortium. E-mail: melmaridis@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3481-817X>



nostalgic collecting practices, particularly within services owned by local media conglomerates. In Brazil, this dynamic broadens access to television heritage, especially Brazilian *telenovelas*, but also highlights risks by subordinating it to private strategies in the absence of consistent public policies for audiovisual preservation.

Keywords: Digital televisual reliquaries; Streaming; Televisual memory; *Telenovela*; Television archive.

Resumen

Este artículo analiza las estrategias del Grupo Globo en la instrumentalización de la memoria televisiva, tomando las telenovelas disponibles en Globoplay como estudio de caso. A partir del concepto de “*relicarios digitales televisivos*”, discute cómo el *streaming*, aunque asociado a lo “nuevo”, actúa como repositorio del pasado, institucionalizando prácticas nostálgicas de colecciónismo, especialmente en servicios vinculados a conglomerados mediáticos locales. En Brasil, esta dinámica amplía el acceso al patrimonio televisivo, en especial a las telenovelas brasileñas, pero evidencia riesgos al subordinarlo a estrategias privadas, ante la falta de políticas públicas consistentes para la preservación audiovisual.

Palabras clave: Relicarios digitales televisivos; *Streaming*; Memoria televisiva; *Telenovela*; Acervo televisivo.

Introdução

Em 31 de março de 2025 estreou no horário nobre da TV Globo a nova versão da novela *Vale Tudo*, exibida originalmente em 1988 pela emissora. Assim que algumas cenas icônicas começaram a ir ao ar, surgiam nas redes sociais comparações entre as duas versões, vídeos de reação e uma miríade de conteúdos dedicados a analisar questões como: a atriz que então dava vida a Maria de Fátima estava à altura do papel? O Brasil de 2025 ainda se chocava com as falas de Odete Roitman? A ousadia de Solange Duprat havia se tornado apenas chatice travestida de lacração? (os apelidos PSolange e Solange DuLacre indicam que sim...). Essas perguntas, por mais disparatadas que pareçam, guardam uma importante semelhança: elas mobilizam a memória televisiva brasileira. Se *Vale Tudo* é um marco da teledramaturgia nacional, acessar a versão original não depende mais, apenas, das lembranças do público que acompanhou a atração em sua exibição original ou em alguma reexibição. A *Vale Tudo* de 1988 está disponível no Globoplay e isso permite práticas como o acompanhamento das duas versões ao mesmo tempo, atividade que



se tornou comum entre amigos noveleiros, que debatem as desventuras dos personagens em dois períodos históricos diferentes.

Se a animação com a (re)descoberta da obra de 1988 no *streaming* soa agora comum, é importante lembrarmos que a chegada desse tipo de serviço no Brasil foi marcada por uma expectativa bastante diferente. Em 2011, quando a Netflix começou a operar no país, foi inaugurada uma nova era de especulações sobre o fim da TV. As revoluções prometidas por esse novo tipo de acesso ao conteúdo audiovisual vinham acompanhadas de antigas cantilenas que ora advogavam pelos anseios do público, cansado da TV tradicional, ora prometiam um novo mundo de produções feitas sob medida para os espectadores, sem as amarras impostas por modelos tradicionais de produção televisiva. Em trabalhos anteriores, nos dedicamos a avaliar a ascensão e a queda desse discurso, espelhadas nas expectativas frustradas da imprensa especializada, que, a despeito de terem prometido que depois da chegada dos serviços de *streaming* nada mais seria igual, se viram às voltas com estreias de *reality shows* de qualidade duvidosa produzidos pelas mesmas empresas que iriam transformar para sempre a TV (Castellano e Meimardis, 2021).

No Brasil, o Globoplay, lançado no fim de 2015, demorou para se consolidar a partir do que mais tarde se revelaria seu maior trunfo: a memória televisiva. Se, em um primeiro momento, o discurso que acompanhava o *streaming* era legatário do novo, aos poucos, a audiência, a mídia especializada e mesmo a academia foram percebendo que parte importante de seu apelo reside justamente em seu papel de repositório da memória televisiva. Esse duplo movimento, no entanto, não é algo surpreendente, mas intrínseco à própria experiência contemporânea. De acordo com Ribeiro, a “modernidade valorizou o novo e a ruptura com a tradição, mas produziu também desejo de conter a história, recusa à irreversibilidade do tempo” (2018, p. 3). Ou seja, o encantamento com as novas possibilidades permitidas pelas tecnologias de acesso ao conteúdo televisivo existe *pari passu* com a necessidade de manter os objetos do passado à disposição.

Neste artigo, propomos que os serviços de *streaming*, além de atuarem como novos *players* no mercado que diversificam a produção audiovisual, também podem ser entendidos como “*relicários digitais televisivos*”, especialmente quando operados por conglomerados midiáticos tradicionais. Nesses casos, tais plataformas desempenham um papel ativo na sacralização da memória televisiva, transformando



produções originalmente efêmeras em patrimônio cultural valorizado. Tomando o Globoplay como estudo de caso, argumentamos que a digitalização dos acervos do Grupo Globo vai além da disponibilização comercial, constituindo uma prática de curadoria cultural. Essa curadoria, porém, é seletiva e orientada por interesses corporativos, privilegiando uma memória televisiva institucional em detrimento de outros acervos e narrativas do patrimônio da TV brasileira. Opera, dessa forma, dentro de limites precisos, suscitando questões sobre qual memória está sendo legitimada e a serviço de quais imperativos (Hamburguer; Gozzie; Mello, 2024).

Para investigar esse processo, a pesquisa adota um desenho metodológico qualitativo de estudo de caso instrumental, tendo o Globoplay e seu amplo acervo de telenovelas como objeto empírico para analisar as dinâmicas contemporâneas de gestão da memória televisiva no *streaming* de vídeo. Parte-se da premissa de que, embora frequentemente associado ao “novo”, o *streaming* também funciona como um repositório do passado (Castellano e Meimardis, 2021). O recorte analítico desloca o foco do conteúdo narrativo das telenovelas para os mecanismos de curadoria, disponibilização e ressignificação do acervo mobilizados pela plataforma. De caráter exploratório e descritivo, a análise combina a observação documental do catálogo e das estratégias de comunicação do Globoplay, incluindo os projetos Resgate, Originalidades e Fragmentos, com a revisão bibliográfica de autores que discutem memória televisiva, nostalgia, arquivo e capital subcultural.

O trabalho inscreve-se em uma agenda de pesquisa voltada ao mapeamento das ações de serviços de *streaming* locais e estrangeiros, articulando a análise de estratégias corporativas divulgadas pelas empresas, declarações de agentes e críticos do setor e a observação direta das iniciativas desses *players*. A metodologia está alinhada à perspectiva qualitativa dos Estudos Críticos da Indústria da Mídia, conforme proposta por Havens, Lotz e Tinic (2009). Sem pretensão de generalização para o conjunto do *streaming* nacional, o artigo busca, a partir deste caso exemplar, interrogar as lógicas de curadoria e sacralização da memória televisiva, compreendendo o Globoplay como um relicário digital televisivo que redefine as formas de acesso e o valor cultural do passado da TV brasileira.

Para isso, dividimos esse trabalho em três partes. Primeiro, abordamos as transformações no mercado televisivo nacional, destacando a telenovela como formato resiliente que articula tradição e inovação, associando-se à história e



memória televisiva brasileira. Em seguida, examinamos o papel do *streaming* na conversão da efemeride televisiva em arquivo, articulando práticas de colecionismo, nostalgia e curadoria digital. Por fim, apresentamos um estudo de caso do Globoplay, analisando suas estratégias de mobilização do passado televisivo.

Da neofilia à nostalgia: a telenovela entre o passado e o futuro

Ao questionarmos a neofilia nos discursos promovidos com a chegada dos serviços de *streaming* de vídeo por assinatura (SVODs) (Castellano e Meimaris, 2021), não queremos minimizar as mudanças recentes no audiovisual brasileiro. Nas últimas duas décadas, decerto, os modelos de produção, distribuição e consumo do conteúdo televisivo tiveram significativas transformações (Mungioli; Ikeda, 2022; RIOS, 2024). A ascensão e a crescente popularização desses serviços modificaram os modos de consumo audiovisual ao oferecer novas formas de acesso a conteúdos diversos e, também, ampliaram o leque de escolhas do público, ao disponibilizarem produções oriundas de distintas indústrias culturais, intensificando, assim, a circulação de narrativas globais e promovendo uma maior diversidade nas experiências audiovisuais.

Para analisar o atual momento do mercado televisivo, é interessante olharmos para o caso das telenovelas. O maior produto da TV brasileira serve como epítome das dinâmicas que estão em jogo. Se as últimas décadas foram marcadas por questionamentos a respeito da sobrevida que esse formato teria em um contexto de pulverização da audiência e de uma ampla oferta de modelos de ficção, sua persistência demarca a força e a especificidade da TV no Brasil. Nesse sentido, cabe reforçarmos a importância que a TV aberta ainda tem no país. De acordo com dados do relatório Kantar IBOPE de outubro de 2025 sobre consumo de conteúdo audiovisual no país, considerando o uso de todos os tipos de dispositivos (televisores, celulares, tablets e computadores), o *share* de audiência relativo à TV linear (a soma da TV aberta e paga) chega a 64,2%, com a televisão aberta ocupando 56,2%, enquanto o consumo de vídeo on-line (representado pelos serviços de *streaming* e plataformas de mídias sociais) representa 35,8%³. Ou seja, embora a TV aberta encare, hoje, alguns concorrentes de peso, ainda é inegável seu domínio.

³ Para acessar o relatório: <https://kantaribopemedia.com/audiencia-de-video/#:~:text=Share%20de%20Audi%C3%A3ncia%20%E2%80%93%20Outubro%2F2025&text=Da>



A fragmentação da audiência televisiva brasileira nas duas primeiras décadas do século XXI representou um processo lento, complexo e dinâmico, resultante da convergência de múltiplas transformações tecnológicas, socioculturais e políticas. A disseminação da internet no país caracterizou-se por uma implementação marcadamente estratificada e assimétrica, expondo as profundas desigualdades estruturais no acesso tecnológico brasileiro (Bonilla; Pretto, 2011). Essa expansão digital não linear e progressiva criou uma janela de oportunidade estratégica para os conglomerados midiáticos tradicionais, como o Grupo Globo, que desenvolveram mecanismos de adaptação e retenção de suas audiências. Embora o cenário de consumo de ficção seriada tenha se ampliado nas últimas décadas, com o crescimento do acesso a produtos estrangeiros (Mazur, 2023), como séries estadunidenses, dramas coreanos e novelas turcas, a telenovela brasileira ainda consegue arregimentar bastante interesse da audiência, sobretudo quando atrelada a práticas de consumo que instrumentalizam aspectos da memória televisiva do país, como veremos mais à frente.

A função profundamente arraigada das telenovelas no cotidiano brasileiro, aliada à sua persistente relevância cultural, contesta a noção de declínio do formato. Tais perspectivas são frequentemente fomentadas por visões elitistas e retóricas orientadas por lógicas de mercado, que buscam minimizar a importância das telenovelas na sociedade brasileira contemporânea. Em contraposição a essas assertivas, observa-se que a telenovela não apenas resiste, mas também atravessa um processo de transformação, adaptando-se às possibilidades oferecidas pelas tecnologias de *streaming* (Souza *et al.*, 2022). A telenovela, então, mantém seu status como um fenômeno social e cultural significativo no Brasil. Sua contínua presença e relevância no horizonte midiático nacional parecem atestar sua singular capacidade de se reinventar e de se reafirmar junto ao público brasileiro.

Nesse sentido, é interessante pensar como a telenovela funciona, no Brasil, como uma espécie de metáfora para a relação com a própria televisão tradicional. Assim como a TV aberta foi inúmeras vezes desacreditada frente a novas tecnologias que se apresentavam no horizonte como competidores insuperáveis, a telenovela também foi um alvo fácil, em muitos momentos históricos, de discursos que alegam

[dos%2odo%20Cross%20Platform%20View.em%2otodos%20os%2odispositivos%20ligados](#) Acesso em: 15 de dez. de 2025.



que o formato não teria muita longevidade em um contexto com tantas ofertas de ficção audiovisual. Desse modo, o aparente paradoxo entre as previsões apocalípticas, que dão conta de um perpétuo “fim próximo” e a constante relevância cultural da telenovela sugere que, mais do que uma crise sistêmica, o que se observa é um processo contínuo de transformação e reinvenção (Svartman, 2023).

As duas primeiras décadas do século XXI evidenciaram uma transição nas telenovelas brasileiras, marcada por um equilíbrio delicado entre a experimentação narrativa e a preservação da audiência tradicional, fiel ao formato consagrado (Néia, 2024; Souza *et al.*, 2022). A popularização dos SVODs na última década, aliada aos impactos negativos da pandemia na produção audiovisual brasileira, inaugura um novo momento para as novelas. Mais uma vez, o formato é alvo de matérias que questionam sua relevância e especulam sobre sua possível crise ou mesmo extinção⁴. Ao mesmo tempo, o próprio período marcado pela crise da Covid-19 trouxe alguns indicativos de comportamento do público brasileiro em relação ao consumo de vídeo. Se os SVODs ganhavam cada vez mais assinantes e fenômenos como as *lives* das plataformas de redes sociais despontavam como novas formas contingenciais de entretenimento, um fenômeno mais familiar chamava a atenção no cardápio de ofertas audiovisuais: a estratégia adotada pela TV Globo de reprise de grandes sucessos do passado na faixa nobre de exibição de novelas. Adotada como forma de lidar com as paralisações em produções que estavam em andamento à época, a iniciativa se revelou um sucesso, com crescimento da audiência do horário, o que também foi verificado em outras janelas de exibição do formato, como o canal Viva, do Grupo Globo⁵. Assim, a percepção sobre a viabilidade comercial de apostar na rememoração do acervo de novelas da empresa se revelaria, nos anos seguintes, um trunfo para a atuação do Globoplay no concorrido mercado nacional (Dos Santos Neto; Bressan Junior, 2023).

Do colecionismo aos relicários digitais televisivos: o *streaming* como arquivo da TV linear

Antes da era do *streaming*, a relação entre espectadores e narrativas televisivas era mediada por artefatos físicos e práticas de colecionismo que

⁴ Alguns exemplos podem ser observados em: <https://rb.gy/tci2ow>; e <https://rb.gy/1ql6ww> Acesso em: 21 de jun. de 2025.

⁵ <https://rb.gy/r6a3tu> Acesso em: 16 de jun. de 2025.



desafiavam a efemeridade da TV. Enquanto a indústria cinematográfica consolidou seu modelo econômico na venda de filmes, seja para exibidores, seja em cópias físicas para colecionadores (Klinger, 2001), a televisão comercial operava pelo modelo do *fluxo* (Williams, 1974), estruturando seu negócio em torno do tempo, e não de suportes materiais (Kompare, 2006). Essa lógica, no entanto, começou a se transformar com a popularização dos videocassetes e depois com os DVDs. Fitas VHS com episódios de séries gravadas, trocadas clandestinamente entre fãs, representavam mais do que um arquivo afetivo: eram atos de resistência contra a fugacidade da programação televisiva. Como observa Bjarkman (2004), muitos colecionadores não apenas reivindicavam o direito de gravar conteúdos televisivos, mas assumiam conscientemente o papel de guardiões dessas narrativas, acreditando, muitas vezes, preservá-las melhor do que as próprias emissoras. Nesse processo de apropriação, os espectadores convertiam o fluxo efêmero da programação em objetos materiais, dotados de valor simbólico e passíveis de catalogação, conservação e troca (Kompare, 2006). Essa prática, embora inicialmente marginal, sinalizava uma transformação paradigmática na economia cultural da televisão, antecipando a lógica de arquivamento digital que viria a caracterizar a era do *streaming*.

No contexto brasileiro, esse impulso preservacionista assumia contornos particulares. Enquanto séries estadunidenses circulavam amplamente em DVDs, disponíveis para aluguel nas locadoras de vídeo e para venda em lojas de departamento a preços acessíveis, as novelas nacionais raramente eram comercializadas em mídia física. Quando lançadas, como nos luxuosos (e caríssimos) boxes de *Roque Santeiro* (TV Globo, 1985-1986) ou *Vale Tudo*, transformavam-se em verdadeiros itens de memorabilia, objetos de culto em um mercado caracterizado pela escassez deliberada. Restava aos fãs, então, a alternativa caseira: gravar capítulos em pilhas de fitas VHS para reassistir quando desejassesem, um desafio hercúleo diante da extensão das tramas e da exibição diária das novelas. Com o advento da internet, essa dinâmica ganhou nova dimensão: espectadores começaram a armazenar em discos rígidos (HDs) seus programas favoritos, criando arquivos pessoais digitais antes mesmo do surgimento dos SVODs. Era a nostalgia, ainda informal, buscando um lugar no futuro.

Essa sacralização do audiovisual não foi, contudo, mero fruto da escassez. Como observa Ribeiro, “o culto nostálgico do passado perpassa a sociedade como um



todo, inclusive as práticas pessoais mais cotidianas, como o desejo de tudo guardar, colecionar e arquivar” (2018, p. 10). O *streaming* institucionalizou esse desejo ao transformar o fluxo televisivo em arquivo (Cannito, 2010), convertendo práticas marginais de preservação em um mercado organizado da nostalgia. Se, antes, revisitlar o passado televisivo exigia esforços individuais e improvisados (como gravações caseiras ou coleções físicas), agora esse acesso é massificado e comercializado, mas não menos investido de afeto. O que permite essa transição é justamente a nostalgia, aqui entendida não como mero saudosismo, mas, nas palavras de Svetlana Boym, como

a rebelião contra a ideia moderna de tempo, o tempo da história e do progresso. A nostalgia deseja obliterar a história e transformá-la em uma mitologia privada ou coletiva, para revisitlar o tempo como o espaço, recusando-se a se render à irreversibilidade do tempo que atormenta a condição humana (2001, p. xv, tradução nossa).

É esse desejo de “revisitlar o tempo como espaço” que o *streaming* materializa, convertendo o arquivo televisivo em um território navegável sob demanda. Ao espacializar o tempo televisivo, o *streaming* de vídeo transforma a nostalgia em infraestrutura afetiva de um modelo de negócios que monetiza o patrimônio como capital recorrente. Não por acaso, grandes *players* como Amazon Prime Vídeo e Netflix têm investido nos últimos anos na aquisição de estúdios e bibliotecas audiovisuais: o objetivo estratégico é incorporar repertórios nostálgicos, convertendo catálogos históricos em ativos que asseguram retenção de assinantes e capital simbólico.

A trajetória dos SVODs e das pesquisas que os investigam tem sido marcada pela neofilia e por uma atenção desproporcional às produções originais desses serviços (Castellano e Meimardis, 2021). Embora se apresentem como o “fim da televisão” e das mídias físicas – prometendo substituir os DVDs assim como estes substituíram as fitas VHS –, a narrativa de ruptura desses serviços mascara uma continuidade estrutural. Como observa Kelly (2020), a transição para o *streaming* representa menos uma substituição e mais uma mudança de lógica: do permanente (em que o DVD materializava a posse de um bem cultural) para o efêmero (centrado no acesso temporário via assinatura). Contudo, a suposta obsolescência da TV tradicional é desmentida pela própria dependência dos SVODs em relação aos



conteúdos legatários – os quais, como argumenta Gilbert, adquiriram nesse ecossistema “novo valor econômico e um novo papel cultural” (2019, p. 687, tradução nossa). Séries como *Friends* (NBC, 1994-2004) e *The Office* (NBC, 2005-2013), longe de serem esquecidas, tornaram-se relíquias valiosas desses serviços: sustentam fluxos contínuos de visualização e consolidam-se como bens culturais perenes, mantendo relevância décadas após seu lançamento. Seu desempenho nos SVODs ilustra como o capital simbólico da televisão linear é ressignificado – mas não superado – na era digital. Assim, expõe-se uma contradição fundamental: enquanto os SVODs estadunidenses propagam um discurso de inovação e ruptura, seu modelo de negócios ainda depende da monetização do legado cultural da própria mídia que supostamente suplantariam (Castellano e Meimaridis, 2021).

O interesse por esse tipo de produção também coloca em xeque uma perspectiva muito difundida pelos SVODs no contexto de sua implementação: a noção de ubiquidade. O *streaming*, naquele momento, vendia a sensação de que os telespectadores agora poderiam consumir o que quisessem, quando quisessem, no seu próprio ritmo. Um discurso que posicionava essas empresas como aquelas que ofereciam um serviço diametralmente oposto do ofertado pela TV tradicional, irrefreável, contingente e fugidio. A renovação dos contratos e a incessante movimentação dos conteúdos entre os serviços, com séries e novelas saindo e entrando do catálogo muitas vezes sem aviso prévio começou a desestabilizar essa ideia. Assim, hoje em dia, não é possível garantir que uma produção estimada estará disponível no mês seguinte no *streaming* assinado. A relação visceral que une Globoplay e TV Globo, nesse sentido, é mais um ponto positivo para a posição desse serviço no concorrido mercado de vídeo. Ao deter a propriedade das novelas disponibilizadas, o Globoplay pode apostar no apelo nostálgico como estratégia a longo prazo, independente da volatilidade das negociações contratuais.

No Brasil, a plataformização do audiovisual impôs diversos desafios ao mercado televisivo tradicional. Enquanto algumas emissoras permaneceram restritas a oferecer apenas funcionalidades de “*catch-up TV*”, ou seja, a possibilidade de acessar, via internet e por demanda, conteúdos que foram exibidos anteriormente de outras formas, *players* como TV Globo e SBT compreenderam as profundas implicações das *affordances* digitais para a revalorização de seus acervos. O domínio histórico da TV aberta no país, com seu vasto legado de produções fisionomias seriadas,



apresentava uma oportunidade singular: se o público já convertia espontaneamente fitas VHS e boxes de DVDs em relicários domésticos, cabia ao setor institucionalizar essa prática.

Este cenário nos permite propor a concepção de “*relicários digitais televisivos*”, na acepção antropológica do termo, como espaços de sacralização que permitem analisar como *players* – em diferentes escalas e estratégias – transformam seus arquivos em ativos de valor cultural e econômico. Diferentemente de meros repositórios de conteúdo, esses relicários recontextualizam materiais televisivos como patrimônio cultural, conferindo-lhes um status quase sacro. À semelhança dos relicários religiosos, eles não apenas disponibilizam, mas ressignificam a memória televisiva brasileira, elevando-a à categoria de objeto de culto.

Essa noção oferece uma chave interpretativa para compreender como certos *players* operam a transformação do acervo em espaço de sacralização. Reconhecendo que um relicário se caracteriza como receptáculo que preserva e exibe fragmentos sagrados, dotando-os de valor transcendente e retirando-os da temporalidade profana, os *streamings* executam, de modo análogo, uma curadoria seletiva que desloca produções televisivas de seu fluxo efêmero original (WILLIAMS, 1974) e as reinscreve como “tesouros”. Tal prática excede a mera disponibilização, configurando-se como gesto de consagração: a memória televisiva abandona sua condição de recordação dispersa ou de arquivo acessível apenas a especialistas e se converte em bem cultural valorizado, disponível para consumo afetivo e veneração.

Esse consumo afetivo, por sua vez, encontra sua expressão conceitual na noção de “memória teleafetiva”, desenvolvida por Bressan Junior (2019) a partir da análise das reprises no canal VIVA. O autor a define como uma memória que é “reconquistada, reformulando novamente uma experiência, que é reconstruída por um tipo de emoção e de afeto” (p. 210) e que se diferencia da memória afetiva por emergir especificamente “a partir da visualização das imagens televisivas” (p. 211). Para o autor “o arquivo televisivo carrega consigo esta qualidade de rememorar um tempo passado. Quando essas reminiscências são compostas por sentimentos, temos uma memória que, além de afetiva, passa a ser teleafetiva” (Bressan Junior, 2019, p. 209). Se Bressan Junior foca na experiência subjetiva do telespectador e na TV como elemento socializador, nosso interesse recai sobre a estratégia institucional que viabiliza e formata essa experiência. Analisamos como os conglomerados midiáticos



instrumentalizam esse potencial afetivo, construindo os relicários digitais televisivos que, ao sacralizarem o arquivo, criam as condições simbólicas e materiais para a ativação da memória teleafetiva em escala.

Um exemplo paradigmático é o +SBT, lançado em 2024 como AVOD (serviço de vídeo sob demanda financiado por publicidade), que representa uma tentativa de converter décadas de acervo televisivo em ativo rentável. O serviço funciona como um relicário digital da TV brasileira, não apenas arquivando conteúdos, mas ritualizando o passado midiático ao elevar programas populares à condição de objetos nostálgicos. Seu diferencial estratégico reside na curadoria especializada da nostalgia: além de disponibilizar um vasto acervo, o serviço reconstrói a experiência afetiva da TV tradicional. Essa abordagem se evidencia no acesso integral a novelas infantojuvenis como *Chiquititas* (2013-2015) – título que já havia comprovado sua viabilidade comercial em outros SVODs (Nantes, 2023). A estratégia, contudo, transcendia o catálogo *on-demand*, expandindo-se para os 10 canais FAST (televisão gratuita pela internet com publicidade) inicialmente integrados ao serviço, onde a nostalgia era instrumentalizada.

O caso do canal +Saudade, promovido como o canal “Pra quem tem saudades”⁶, ilustra essa lógica. Ao reconstruir grades históricas de programação, o +SBT não apenas disponibilizava conteúdo antigo, mas simulava a experiência televisiva linear, convertendo memória afetiva em produto. Essa estratégia gerou um fenômeno singular: espectadores passaram a documentar meticulosamente a programação exibida, mapeando episódios e programas ao longo do dia⁷. Como em um relicário, cada canal FAST atuava como uma espécie de “altar temático”, onde determinadas produções eram cultuadas por públicos específicos: o +Novelas (dedicado às novelas clássicas e recentes como *Amigas e Rivaís* [2007-2008] e *Chiquititas* [1997-2001]), e o +Silvio Santos (que canoniza a figura do apresentador) exemplificam essa dinâmica.

Em janeiro de 2025, o +SBT atingiu a marca de 11 milhões de *downloads* em seus primeiros seis meses⁸, confirmando o apelo comercial do acervo enquanto produto digital. Porém, a redução drástica de 10 para apenas 3 canais FAST até junho

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/maissbt/reel/DA6aXgoNVoK/> Acesso em: 12 jun. 2025.

⁷ <https://rb.gy/okivgd> Acesso em: 13 jun. 2025.

⁸ <https://www.tudocelular.com/planos/noticias/n231240/sbt-11-milhoes-downloads-5-novos-canais-fast.html> Acesso em: 13 jun. 2025.



do mesmo ano – mantendo somente +Silvio Santos, +Novelas e +Kids – expõe as contradições do modelo⁹. Apesar da demanda comprovada, a monetização de acervos revela-se frágil em um ecossistema sustentado exclusivamente por publicidade. O recuo estratégico do +SBT ilustra um paradoxo: ainda que a nostalgia funcione como um ativo de baixo risco e alta identificação afetiva (Niemeyer, 2014), ela não assegura engajamento duradouro. O caso evidencia um dilema dos relicários digitais televisivos: o valor simbólico do passado nem sempre se converte em capital econômico. Ao testar os limites entre memória e consumo, o +SBT revela o potencial e os riscos da comodificação da nostalgia. O exemplo do Grupo Globo, que analisaremos adiante, expandirá essa lógica, demonstrando como a instrumentalização da memória televisiva se tornou um projeto cultural articulado na atuação linear e não-linear da empresa.

O Grupo Globo e a mobilização do passado televisivo: o caso das novelas

Maior empresa da área de Comunicação no país, o Grupo Globo concentra, decerto, grande parte do poder de gerenciamento da memória midiática do Brasil. No caso da televisão, e especificamente da telenovela, a forma com que a empresa tem mobilizado seu acervo em diferentes frentes é notável. Além de operarem mais diretamente, no caso do Globoplay, como um importante repositório da memória televisiva (Reginato, 2024), que conta com um arquivo crescente de obras antigas, a empresa também tem utilizado o controle desse patrimônio como forma de posicionamento de marca.

Muito antes de a tecnologia do *streaming* estar à disposição, a TV Globo já explorava o potencial mercadológico da nostalgia. Desde 1980, a emissora apresenta o *Vale a pena ver de novo*, faixa de reexibição de novelas que, apesar das recentes modificações na grade vespertina, não só foi mantido como passou a contar, em algumas épocas do ano, com duas tramas diferentes (nas últimas semanas de exibição de uma obra, os primeiros capítulos da subsequente já começam a ser exibidos, de forma a “carregar” a audiência). A permanência dessa iniciativa na grade há mais de 40 anos demonstra a boa recepção por parte do público (Ribeiro, 2018).

⁹ <https://rb.gy/wcj8we> Acesso em: 13 jun. 2025.



A percepção sobre o sucesso das novelas antigas e o enorme acervo de dramaturgia da Globo levou à criação do canal VIVA, parte dos Canais Globo, em 2010. Com programação formada, basicamente, por telenovelas de décadas passadas, o canal também apresentava séries, programas humorísticos, de auditório, reality shows e outros especiais já exibidos (Bressan Junior, 2019). A veiculação de tramas de sucesso pelo canal o levou algumas vezes ao topo da audiência da TV paga no país, o que é mais um indício do valor associado a esses produtos. Recentemente, foi anunciado um plano de mudança do nome do canal, que deixou de se chamar VIVA para se chamar Globoplay novelas. Essa alteração vai além de um fortalecimento da marca do *streaming* da empresa, mas demonstra a resiliência e importância do formato. Antes dedicado à programação televisiva antiga no geral, o canal agora exibe exclusivamente novelas próprias da Globo e produções internacionais. Atualmente, estão no ar clássicos da emissora como *Roque Santeiro* (1986), *Quatro por Quatro* (1994) e *Celebridade* (2002), mas também o drama turco *Hercai* (2019) e a mexicana *El amor invencible* (2023).

Hoje, a instrumentalização da nostalgia encontra sua expressão mais elaborada no Globoplay. O serviço funciona como um relicário digital que não apenas disponibiliza, mas também sacraliza e celebra o patrimônio da televisão aberta brasileira. A respeito disso, Ramos e Borges (2021) comentam sobre o “valor de culto” presente em muitas dessas obras, em diálogo com Greco (2017, 2018), que reforça o envolvimento emocional proporcionado pelas novelas, que permite que elas se transformem em objeto *cult* com grande potencial nostálgico, “especialmente quando possuem papel de destaque no acervo simbólico da memória coletiva nacional” (2018, p. 57). Para a autora, embora o termo “cult” seja tradicionalmente contraposto a objetos populares, a associação entre essa ideia e as ficções televisivas pode ser feita, sobretudo, a partir do forte engajamento verificado por parte da audiência, que decora falas, incorpora bordões ao seu vocabulário e ritualiza sua relação com as tramas a partir de práticas como a assistência diária e a experiência coletiva e culturalmente compartilhada associada a esses artefatos. Atualmente, esse movimento é favorecido por um contexto de TV Social, marcado por intensos debates on-line sobre as produções, que atualizam a lógica da experiência comunitária.

Além de oferecer um vasto acervo de programas da TV Globo e transmissões ao vivo do canal aberto, o Globoplay permite, também, novas formas de



relacionamento com a telenovela, que renovam as dinâmicas de engajamento simbólico e afetivo com esse conteúdo. Se, tradicionalmente, a relação com o formato passava pela lógica do consumo diário e cadenciado de capítulos, hoje, o serviço permite, também a adesão à prática das maratonas, o que contribui para uma imersão aguda no material, tendo em vista a grande quantidade de horas disponível em cada obra. Além disso, o Globoplay articula o conteúdo histórico por meio de campanhas de lançamento cuidadosamente orquestradas, que enquadram esses programas como artefatos culturais dignos de celebração e resgate. De acordo com Reginato:

Hoje, obras dos anos 1970, 1980, 1990 e 2000 são mensalmente relançadas na plataforma e têm alcançado boas audiências, mesmo partindo de uma lógica de consumo bastante diferente do que foi originalmente pensado para esses formatos. Esses lançamentos são realizados através três campanhas: o Projeto Resgate, que visa ao relançamento mensal de novelas e minisséries exibidas entre as décadas de 1970 e 2000 na TV Globo; o Projeto Originalidades, que busca atualizar novelas presentes na plataforma em versões editadas, substituindo-as por suas versões íntegras; e o Projeto Fragmentos, que se concentra na disponibilização de trechos recuperados de novelas que tiveram seus capítulos comprometidos por problemas de conservação ao longo do tempo (Reginato, 2024, p. 7).

Os nomes atribuídos a essas iniciativas simbolizam de forma eloquente o papel do Globoplay como um relicário digital – o *Projeto Resgate* posiciona o serviço como aquele responsável por salvar as obras do esquecimento, como guardião do patrimônio cultural; *Originalidades* enfatiza a noção de autenticidade, ao disponibilizar versões integrais de obras clássicas; e *Fragmentos* valoriza as imperfeições inerentes à preservação, tratando recuperações parciais de maneira análoga aos relicários tradicionais que abrigam fragmentos sagrados, como os encontrados em escavações. Essa postura é viabilizada pelo modelo dos SVODs, que não depende de audiências massivas para cada título, mas sim da percepção de valor agregado por parte dos assinantes (LOTZ, 2022). Esse ambicioso esforço de arquivamento já produziu resultados expressivos: o Globoplay atualmente oferece mais de 100 produções resgatadas, mais de 50 obras restauradas sob o selo *Originalidades* e 19 reconstruções parciais através da iniciativa *Fragmentos*. Ao oferecer obras clássicas, o relicário digital legitima e amplifica o valor de culto. O



passado televisivo é, assim, reinserido como arquivo acessível sob demanda, onde cada produção é digna de ser “resgatada”, “restaurada” ou exibida em sua “originalidade”.

A maneira com que a empresa apresenta sua iniciativa de restaurar e disponibilizar as novelas nesse relicário digital reforça a aproximação supracitada de Greco (2017, 2018) entre telenovela e consumo *cult*. Segundo a autora:

Essa prática se origina de hábito cultural com valor simbólico coletivo e adquire valor ritualístico. O culto às obras cult teria, portanto, características semelhantes ao culto religioso e ao culto à arte, por isso foram adotados o termo e a metáfora. Alguns programas são mais cultuados do que outros, mas há um ponto que merece destaque: as telenovelas são, no todo, objeto de culto, emocional e habitual. Nesse sentido, adquire valor ritualístico, por seus elementos simbólicos e mágicos (Greco, 2018, p. 46).

A disponibilização do acervo de obras antigas no Globoplay, a partir dos projetos supracitados, embaralha ainda mais essas definições, uma vez que parte das conceituações que associam o comportamento da audiência à ideia de *cult* passam pelo manejo de uma espécie de capital subcultural atrelado ao conhecimento de obras que, até pouco tempo atrás, eram de difícil acesso. Thornton (1995) propõe a utilização do termo capital subcultural, alinhado à noção de capital simbólico desenvolvida por Bourdieu (2007), mas focado nas questões de distinção que ocorrem no interior das subculturas. Assim, ele funciona da mesma forma que o cultural, porém é aplicado em situações diferentes, onde o acúmulo de conhecimento não passa necessariamente pela erudição, mas pela desenvoltura ao se lidar com práticas em relação à sociedade de consumo que escapem do comportamento “normal” do público. No caso que analisamos, o capital subcultural equivaleria a possuir um enorme repertório de conhecimentos sobre telenovelas.

Em sua pesquisa, Greco (2017) aplicou um questionário que trazia a seguinte pergunta: “qual telenovela, de todos os tempos, você considera *cult*?” . Nas respostas, as seguintes obras foram as mais citadas: 1) *Roque Santeiro* (1985), 2) *Que Rei Sou Eu?* (1989), 3) *Avenida Brasil* (2012), 4) *Vale Tudo* (1988) e 5) *Vamp* (1991). Com exceção de *Avenida Brasil*, exibida 3 anos antes da aplicação do questionário, todas as outras podem ser consideradas novelas antigas, o que explica a importância da “aura nostálgica” (Greco, 2017, p. 912) nessa definição, e, além disso, “tiveram



sucesso ávido de audiência, tendo recebido afeto e marcado a memória dos telespectadores” (Greco, 2018, p. 47).

O caráter nostálgico na relação com essas obras implica, de certa forma, um afastamento temporal. Muitas pessoas citam com apreço novelas que assistiram ainda na infância ou na juventude e qualificam essas obras como superiores, muitas vezes, graças à associação com uma fase da vida considerada melhor, situação recorrente nesse tipo de relação entre memória e consumo (Ribeiro, 2018). Nesse sentido, é interessante que a definição de novelas antigas como *cult* passe pela presumida dificuldade de acesso, que pode funcionar como um fator distintivo. Possuir uma memória individual, um inventário pessoal de novelas, baseado na experiência de ter assistido exibições pregressas ou em ter acesso a coleções particulares, como as que já citamos, ajudava, portanto, a distinguir os noveleiros “raiz” da audiência geral. As transformações causadas pelo avanço da tecnologia no panorama do audiovisual trouxeram problemáticas questões que envolvem, de maneira bastante incisiva, o ideal “subcultural” e *cult* presente nesse consumo. Nesse sentido, podemos traçar um paralelo com o discurso, bastante emblemático, de um aficionado por cinema *underground*, citado em um artigo de Jancovich:

Todos aqueles filmes obscuros que eu arrisquei minha vida para ver (literalmente, em alguns cinemas) agora estão disponíveis na limpa locadora de vídeos perto da sua casa! Isso é irritante. Eu estou tentando, de todo coração, aguentar isso, mas eu ainda não estou acostumado com o fato de que os filmes que eu gastei toda minha vida tentando assistir, agora são itens de consumo (Jancovich, 2002, p. 320, tradução nossa).

É interessante observarmos que esse depoimento faz referência às mudanças advindas com a expansão do uso de aparelhos de videocassete, o que ocorreu nos anos 1980. Muitas distribuidoras independentes percorriam salas onde antes eram exibidos os *midnight movies* com o objetivo de encontrar filmes raros e lançá-los em VHS, tendo em vista o mercado de nicho que se abria, principalmente nos Estados Unidos. Posteriormente, o mesmo fenômeno ocorreu em relação aos DVDs (Sconce, 2007). O que diria esse fã, então, hoje em dia, quando esses filmes passam a estar disponíveis não mais na locadora do bairro, mas em serviços *online* como o MUBI? O mesmo raciocínio poderia ser colocado em relação às telenovelas antigas e seu status de consumo *cult*. Nesse sentido, o acesso facilitado pelo *streaming*, ao mesmo tempo



que permite a celebração dessas obras (e mesmo de alguns fragmentos), ameaça, com o que Thornton (1995) chama de “acessibilidade obscena da cultura de massa”, o senso de raridade e exclusividade que alguns fãs poderiam reivindicar.

Em pesquisa dedicada a pensar as relações entre nostalgia, memória e a atuação do Globoplay, Reginato (2024) avalia como a partir das ações de organização e disponibilização do acervo, o Globoplay assume uma função quase institucional, comparável à de um arquivo nacional, ao resgatar produções audiovisuais que corriam risco de se perder. Nesse sentido, a autora argumenta que o Estado, ao não oferecer uma política de arquivamento do conteúdo televisivo (de inegável valor histórico e social, além de fruto de concessão pública, é importante lembrar), abre um vácuo que passa a ser ocupado de maneira privada por empresas como o Grupo Globo a partir de serviços pagos via assinatura, como é o caso do Globoplay. No caso do +SBT, embora o acesso ao conteúdo seja gratuito, uma vez que a rentabilização se dá por meio de inserções publicitárias, há, ainda, o controle do acervo por parte dos interesses da empresa.

Sacramento e Cavalcanti (2025) destacam como a falta de uma política pública de cuidado dos arquivos televisivos impacta, também, a própria pesquisa¹⁰ sobre televisão, que acaba ficando restrita às possibilidades oferecidas pelas empresas e a iniciativas individuais, como os arquivos pessoais que citamos acima, e que hoje podem ser compartilhados por meio de plataformas como o YouTube. Nesse sentido, a ausência de centralização por parte do Estado favorece, por exemplo, que investigações acadêmicas sobre a história da televisão se vejam circunscritas, frequentemente, aos acervos que já existem on-line, o que privilegia, sobremaneira, o interesse por canais que possuem esse acesso facilitado. Ou seja, é mais fácil realizar uma investigação sobre uma novela antiga da Globo, que pode ser encontrada na íntegra no Globoplay, do que sobre, por exemplo, uma novela da extinta TV Manchete, cujos capítulos e trechos se encontram dispersos.

¹⁰ “Sacramento (2023), ao analisar no catálogo de Teses e Dissertações da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), o conjunto de estudos sobre história da televisão que utiliza o YouTube como fonte, observa que o YouTube é a principal fonte (73%), seguido por coleções pessoais (26%) e, finalmente, emissoras (1%). Considerando especialmente os trabalhos realizados após 2005, ano da criação do YouTube, esse número se torna ainda mais significativo: 87% para o YouTube, 12% para coleções pessoais e 1% para instituições” (Sacramento; Cavalcanti, 2025, p. 3).



De modo mais organizado em termos arquivísticos e com acesso público, temos no Brasil a digitalização de um conjunto material bastante restrito da produção da TV Tupi de São Paulo (na Cinemateca Brasileira em São Paulo) e da TV Tupi do Rio de Janeiro (no Arquivo Nacional no Rio de Janeiro). A restrição do material corresponde em grande parte àquilo que Busetto (2014) identificou como ausência de política e prática preservacionista para a televisão (Sacramento; Cavalcanti, 2025, p. 3).

Antes das iniciativas supracitadas no *streaming*, o acesso a obras antigas da TV Globo era bastante restrito¹¹, geralmente limitado a reprises ocasionais na televisão aberta ou por assinatura. Paralelamente, fãs vinham disponibilizando grandes volumes de conteúdo arquivado no YouTube de forma não autorizada, o que levou a Globo a adotar uma postura rigorosa em relação à proteção de sua propriedade intelectual, promovendo uma série de notificações por violação de direitos autorais.

Considerar o YouTube como um arquivo ajuda a explicar as diferentes maneiras de dinamismo da memória social. Ou seja, é possível observar como as pessoas produziam memória nesse ambiente comunicativo por meio da interação, da circulação/apropriação de vídeos e da ressignificação do passado. Assim, é possível considerar o YouTube em termos de fluxo de vídeo, mas também pessoas, afetividades e histórias sobre o passado (Sacramento; Cavalcanti, 2025, p. 7)

Ao transformar experiências televisivas efêmeras em recursos culturais acessíveis, o Globoplay expande o acesso ao passado televisivo brasileiro, permitindo que o público redescubra ou se reconecte com obras que ajudaram a moldar a identidade nacional e a memória coletiva. Antes do estabelecimento desse serviço, o acesso a esses materiais estava restrito aos funcionários da empresa e a pesquisadores que se dispusessem a solicitá-los ao Centro de Documentação (CEDOC), posteriormente ampliado para o projeto Memória Globo, criado em 1999, mais ambicioso no manejo institucional dos acervos, mas ainda de acesso restrito (Cajazeira; Souza, 2020; SOUZA, 2024). Todavia, esse processo se encontra circunscrito a uma estratégia empresarial específica e pode mudar ao sabor dos

¹¹ Enquanto a Globo removia links piratas de suas produções, o SBT aproveitava a plataforma como repositório, seja pelo canal oficial, seja pelo *SBT Vídeos*, que funcionava menos como *streaming* e mais como “hub de armazenamento e distribuição” arquivística, organizando links do YouTube em uma interface própria (Greco; Vieira, 2023, p. 294).



ventos e de acordo com a direção que os negócios indicarem. A recente retirada do ar do canal +Saudade do serviço +SBT¹² é um exemplo claro disso. Se as empresas estão mobilizando a memória televisiva por meio de relicários digitais particulares, essas mesmas empresas podem repensá-los a qualquer momento.

A utilização do Globoplay como uma espécie de relicário digital televisivo é o braço mais evidente da instrumentalização da nostalgia realizada, hoje, pelo Grupo Globo, mas ela não é a única. A mobilização da memória da dramaturgia brasileira tem sido realizada, também, por meio do investimento em *remakes* de novelas icônicas, que marcaram gerações, produzidas pela própria emissora e, também, por antigas concorrentes. A estratégia, segundo Ribeiro (2018, p. 7) é um “mecanismo comum da cultura da memória e da nostalgia”. A ideia de refazer novelas, portanto, não é nova, e já foi realizada pela Globo em outras oportunidades, como com *Sinhá Moça* (1953, originalmente da Tupi; 1986; 2006), *Selva de Pedra* (1972; 1986), *Irmãos Coragem* (1970; 1995), *Anjo Mau* (1976; 1997), *Pecado Capital* (1975; 1998) e *Cabocla* (1979; 2004), dentre outros. Nos últimos anos, já no contexto de pulverização da audiência, as obras refeitas foram *Pantanal* (2022, originalmente transmitida pela Manchete em 1990), *Renascer* (1993; 2024) e *Vale Tudo* (1988; 2025).

Para além das motivações básicas, como apostar em histórias que já foram consagradas e ativar a memória afetiva de gerações que viram essas obras em outros contextos de suas vidas, esses *remakes* trazem a oportunidade de “correção” das tramas, adequando-as, por exemplo, às demandas contemporâneas por representatividade e diversidade. E isso vem ocorrendo em variadas frentes, desde a montagem dos elencos, com a escalação de atores e atrizes negros para representarem papéis que, no passado, foram desempenhados por brancos, tornando a distribuição racial das novelas mais conectada com a realidade brasileira, e, também, com adaptações e mudanças na própria narrativa e na construção dos personagens. Assim, a produção de *remakes* lida com a reconciliação entre as ideias de memória e de “novo”, tema central deste artigo

Nesse sentido, Ribeiro (2018) comenta que existe uma especificidade nesse tipo de ativação da cultura da memória, uma vez que o *remake* proporciona, ao mesmo tempo, “um relembrar, um rever nostálgico para as antigas gerações. Mas se

¹² <https://shorturl.at/7fzke> Acesso em 16 de jun. de 2025.



trata também de um fenômeno ‘novo’, uma vez que esse material nunca foi visto pelas pessoas mais jovens, muitas delas sequer nascidas na época da exibição [original]” (2018, p. 7-8). A autora, porém, destaca que é preciso parcimônia na qualificação dessa ideia de “novo”, pois um *remake* sempre trará a marca do passado, mesmo para as pessoas que estão assistindo a obra pela primeira vez: “Todos sabem que estão vendo regravações ou releituras de produtos culturais do passado, e esse fato é, inclusive, fartamente alardeado pelos produtores. É usado como um elemento de distinção” (2018, p. 8). No contexto atual, de facilidade de acesso ao conteúdo das versões antigas das novelas refeitas, essa estratégia de divulgação incide de maneira ainda mais forte, com a publicidade do *remake* levando, a reboque, a divulgação da obra original.

Conclusão

Na abertura desse artigo, citamos o *remake* de *Vale Tudo* e as inúmeras possibilidades de acesso a esse produto permitidas pelo atual cenário do consumo televisivo. Assim, uma pessoa que decidiu acompanhar, hoje, as desventuras de Maria de Fátima para ascender socialmente, pôde fazê-lo pela TV aberta de segunda a sábado, entre os meses de março e outubro de 2025 (com *catch up* no Globoplay se necessário), assistindo diretamente pelo serviço de *streaming*, no seu próprio tempo... Ela também pode decidir qual *Vale Tudo* vai acompanhar. A original de 1988, com todas as marcas de seu tempo, ou o *remake*, que tentou estar em total sintonia com o presente, tratando de bebê *reborn* e outros modismos quase concomitantemente com a eclosão desses fenômenos nas mídias sociais. Quem sabe, como já mencionamos, acompanhar as duas ao mesmo tempo? Ao propiciar a intercalação dessas temporalidades, a TV age “tanto como um testemunho de um tempo histórico, quanto na promoção da fixação de uma memória social sobre os eventos do passado e do presente” (Souza, 2024, p. 158).

Em 2010, quando foi exibida pela primeira vez no Viva, *Vale Tudo* também causou um alvoroço. Além de levar o canal para a liderança da audiência na TV paga, a reexibição alavancou o perfil do canal no antigo Twitter, hoje X, que teve um crescimento de mais de 300% (Fernandes, 2012). O fio que une 1988, 2010 e 2025 é o da memória televisiva, que já é mobilizada desde antes de a cultura digital se entrecruzar de maneira definitiva com a televisão, processo que encontrou seu auge



na consolidação do *streaming* de vídeo. Nesse artigo, defendemos que o desenvolvimento desses serviços significou um ponto fundamental na história do manejo do acervo televisivo e argumentamos que a despeito da proliferação de discursos que colocam o *streaming* como o “novo”, o “futuro”, “o que veio para transformar definitivamente a TV como conhecemos”, ele pode funcionar, na verdade, como uma grande janela para o passado.

Neste trabalho, objetivamos analisar a instrumentalização da memória televisiva a partir do conceito de “relicários digitais televisivos”, adotando o Globoplay como estudo de caso. Sustentamos que, distantes de constituírem simples repositórios, os serviços e plataformas de *streaming* de vídeo, particularmente aqueles operados por conglomerados midiáticos, empreendem uma curadoria ativa que seleciona, restaura e disponibiliza o passado televisivo, transformando produções originalmente efêmeras em objetos de culto nostálgico. A nostalgia foi aqui interpretada como instrumento afetivo que possibilita e justifica a sacralização das telenovelas no Globoplay. Trata-se de um sentimento que é mobilizado, formatado e explorado pela plataforma, de maneira que o acesso a uma telenovela antiga seja experimentado não como simples consulta a um acervo de arquivos audiovisuais digitalizados, mas como experiência de reencontro e reverência.

Para as emissoras brasileiras, que enfrentam os duplos desafios da transformação digital e da intensa competição por audiências, a ressignificação proporcionada pelos SVODs mostrou-se estratégica. Seus arquivos históricos, antes vistos como passivos financeiros, converteram-se em ativos culturais e econômicos de alto valor. Aquilo que, em tese, representaria o beijo da morte em um mercado obcecado pela novidade – um acervo de conteúdos “já vistos” – demonstrou ser, contradiatoriamente, seu maior trunfo. Os *streamings* descobriram que, em tempos de fadiga pela inovação constante, o passado da TV brasileira pode ser mais sedutor que qualquer produção *original*.

Se, por um lado, podemos pensar no *streaming* como um repositório digital de arquivos de vídeo, no caso de produções clássicas do passado, esse repositório pode adquirir significados mais profundos. Programas de auditório e novelas outrora considerados produtos efêmeros e, muitas vezes, desvalorizados culturalmente, foram alçados à categoria de patrimônio audiovisual, transformando-se em verdadeiras relíquias que encapsulam memória coletiva e identidade nacional. O



encontro da televisão com seu próprio passado tem sido favorecido pela disponibilização desses conteúdos, e repensado a partir de lógicas contemporâneas de celebração da TV e de sua história, evidente em momentos como a recente comemoração dos 60 anos da Globo, em um especial exibido em abril de 2025 que colocou no palco, em pé de igualdade, jornalismo, esporte, telenovelas e, também, produtos que até pouco tempo atrás eram percebidos como menos dignos de apreço, como programas de auditório e reality shows.

O olhar mais compreensivo para a história da televisão, não por acaso, coincide com um momento social em que a própria TV passa a desfrutar de maior reconhecimento cultural. A percepção sobre a má qualidade de suas produções sempre andou de mãos dadas com a perspectiva sobre sua efemeridade. O fluxo televisivo, característica indelével do meio, definida de forma lapidar por Williams (1974), dava a muitos a sensação de lidar com algo que passa e se perde. A televisão, assim, era algo que não permanecia.

De acordo com Busetto (2014), desde os primórdios da TV, a preocupação com a preservação de sua própria história foi limitada. Mesmo com a introdução da tecnologia do videotape — que só foi incorporada no Brasil ao longo dos anos 1960 — a prática mais comum era o reaproveitamento das fitas para novos registros. As emissoras não pareciam enxergar oportunidades de lucrar posteriormente com o material que era produzido, e guardar essa produção demandaria investimentos em instalações adequadas e métodos de arquivamento próprios. Os sucessivos incêndios¹³ que destruíram parte do acervo de diversos canais nas décadas de 1960 e 1970 mostram que o cuidado com esse conteúdo estava longe de ser uma preocupação. O alto custo desses materiais certamente influenciava essa decisão, mas não só: havia uma percepção bastante difundida, inclusive entre os profissionais do setor, de que os programas televisivos tinham caráter transitório e não mereciam ser preservados¹⁴. Além disso, predominava nas emissoras uma visão técnica que

¹³ No caso da Globo, um incêndio de grandes proporções ocorreu na sede do telejornalismo, no bairro do Jardim Botânico (Rio de Janeiro), em 1976. Na ocasião, seis ilhas de videotape foram destruídas (Souza, 2024).

¹⁴ Nem mesmo o conteúdo das obras de ficção seriada, tão valioso para as emissoras, recebia a devida atenção. De acordo com Busetto: “novelas produzidas pela emissora [Globo] somente passaram a ser arquivadas, em versões integrais ou compactas, a partir da segunda metade da década de 1980. Durante os anos de 1970 e início da década seguinte, a Globo arquivava, geralmente, apenas seis capítulos da maior parte de suas tramas noveleiras: os dois primeiros, os dois finais e um par de capítulos intermediários, além da abertura dos folhetins eletrônicos” (2014, p. 393).



enxergava a fita de VT muito mais como um recurso de produção do que como suporte para a memória ou para o arquivamento.

Esse histórico de descaso fundamenta justamente a reivindicação de acervos públicos da televisão brasileira, como argumentam Hamburger, Gozzi e Mello (2024), para quem a preservação do conteúdo televisivo configura um imperativo democrático. Ainda que os relicários digitais aqui analisados, como Globoplay e +SBT, expandam o acesso à memória televisiva, essa expansão é intrinsecamente ambivalente. Enquanto expandem o acesso, tais *players* submetem o passado televisivo a lógicas de curadoria privada e valorização mercadológica. No caso do Grupo Globo, essa mediação ocorre sob o domínio de um conglomerado que historicamente monopolizou o mercado. O acesso daí decorrente, mediado por assinatura ou publicidade, por mais abrangente que seja, não supre a necessidade de uma política pública de preservação e difusão do patrimônio audiovisual.

Em conclusão, este trabalho demonstra que o *streaming*, tecnologia durante muito tempo apontada como responsável pelo futuro declínio da televisão, paradoxalmente, converteu-se em uma via de acesso ao passado da TV brasileira. Ele reconfigurou a relação com a memória televisiva, espacializando a temporalidade e disponibilizando o passado como território navegável. Entretanto, tal operação ocorre na ausência de um arquivo público consistente, suscitando um debate urgente acerca dos riscos de se delegar a agentes privados a gestão de um patrimônio de interesse coletivo. O relicário digital televisivo representa uma forma poderosa de celebração do passado televisivo, mas não pode – e não deve – ser equiparado à sua preservação. Pesquisas futuras poderiam aprofundar essa tensão, investigando modelos alternativos de arquivamento ou os efeitos de longo prazo dessa curadoria comercial na própria historiografia da televisão brasileira.

Referências

- BJARKMAN, K. To have and to hold: The video collector's relationship with an ethereal medium. **Television and New Media**, v. 5, p. 217-246, 2004.
- BONILLA, M. H. S.; PRETTO, N. D. L. **Inclusão digital:** polêmica contemporânea. Salvador: Edufba, 2011.



BOURDIEU, P. **A distinção:** crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BOYD, S. **The Future of Nostalgia.** New York: Basic Books, 2001.

BRESSAN JUNIOR, M. A. Televisão e espaço de revisitação: a formação de uma memória teleafetiva. **Intexto**, n. 45, p. 204-226, 2019.

BUSSETTO, A. Vale a pena ver de novo: organização e acesso a arquivos televisivos na França, Grã-Bretanha e no Brasil. **História**, São Paulo, v. 33, p. 380-407, 2014.

CAJAZEIRA, P. E. S. L.; SOUZA, J. J. G. de. O arquivamento da memória televisiva em plataformas de aplicativos digitais. **Rumores**, n. 28, v.14, 2020.

CANNITO, N. **A televisão na era digital:** interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus Editorial, 2010.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. A "televisão do futuro"? Netflix, qualidade e neofilia no debate sobre TV. **MATRIZes**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 195-222, 2021.

DOS SANTOS NETO, V. S.; BRESSAN JÚNIOR, M. A. As Reconfigurações na Televisão Brasileira e as Novas Dinâmicas Comunicacionais: Um Estudo Sobre a Plataforma de *Streaming* Globoplay. **Vista—Revista de Cultura Visual** n. 11, p. 1–20, 2023.

FERNANDES, J. C. **Memória televisiva na construção do imaginário nacional: estudo da reexibição da telenovela “Vale Tudo” no Canal Viva.** Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto, 2012.

GILBERT, A. Push, pull, rerun: Television reruns and streaming media. **Television & New Media**, v. 20, n. 7, p. 686-701, 2019.

GRECO, C. Noveleiros on-line: como os fãs podem transformar uma novela em cult. **Palavra Clave**, v. 20, n. 4, p. 884-916, 2017.

GRECO, C. Telenovela e Ritual: do Culto ao Cult. **Verso e Reverso**, v. 32, n. 79, 2018, p. 46-58.

GRECO, C.; VIEIRA, E. B. TV aberta e streaming gratuito: a oferta de vídeo sob demanda do SBT. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 20, n. 58, 2023, p. 285-307.

HAVENS, T.; LOTZ, A. D.; TINIC, S. Critical media industry studies: A research approach. **Communication, culture & critique**, v. 2, n. 2, p. 234-253, 2009.

HAMBURGER, E.; GOZZI, G.; MELLO, C. Notes on the state of Brazilian television archives: From scattered initiatives to an uncertain future. **Critical Studies In Television**, v. 20, n. 1, p. 10-25, 2024

JANCOVICH, M. Cult fictions: cult movies, subcultural capital and the production of cultural distinctions. **Cultural Studies**, vol 16, n.2, p. 306-322, 2002.

KELLY, J. P. “This title is no longer available”: Preserving television in the streaming age. **Television & new media**, v. 23, n. 1, p. 3-21, 2022.



KLINGER, B. The Contemporary Cinephile: Film Collecting in the Post-video Era. In: STOKES, M.; MALTBY, R. (Ed.). **Hollywood spectatorship**: changing perceptions of cinema audiences. London: British Film Institute, p. 132-151.

KOMPARE, D. Publishing flow: DVD box sets and the reconception of television. **Television & New Media**, v. 7, n. 4, p. 335-360, 2006.

LOTZ, A. D. **Netflix and streaming video**: the business of subscriber-funded video on demand. Hoboken: John Wiley & Sons, 2022.

MAZUR, D. **A Coreia do Sul e a Hallyu**: uma globalização alternativa no mundo multipolar. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/32689>.

MUNGIOLI, M. C. P.; IKEDA, F. S. D. M. Um estudo do catálogo das séries originais Globoplay no período de 2018 a 2022. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 21, n. 41, p. 112-123, 2022.

NANTES, J. **História social das telenovelas latino-americanas infantis e infantojuvenis**. 2023. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023.

NÉIA, L. M. **Como a ficção televisiva moldou um país**: uma história cultura da telenovela brasileira (1963 a 2020). Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes, 2023.

NIEMEYER, K. (Ed.). **Media and nostalgia**: yearning for the past, present and future. London: Palgrave Macmillan, 2014.

RAMOS, E.; BORGES, G. As janelas do Grupo Globo e o resgate de um formato com valor de culto no streaming Globoplay. **Revista Graphos**, v. 23, nº 2, p. 11-28, 2021.

REGINATO, M. **Do plim ao play: memória, nostalgia e os acervos Globo no Globoplay**. 2024. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

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

RIOS, D. **Diversidade e dependência: Netflix e o campo de produção de séries no Brasil**. 2024. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2024.

SACRAMENTO, I.; CAVALCANTI, G. O arquivo na pesquisa em história da televisão: improviso, colecionismo e ausência de políticas públicas. **Anais**. 34º Encontro Anual da Compós. Curitiba, 2025.

SCONCE, J. “Trashing” the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style. **Screen**, vol. 36, p. 371-393, 1995.

SOUZA, M. C. J. D. et al. Campo das telenovelas em tempos de streaming: o caso Globo. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 21, n. 40, p. 21-31, 2022.



SOUZA, J. J. G. D. Do CEDOC ao Memória Globo: preservação, acesso e uso aos arquivos de televisão. **Comunicação, cultura e sociedade**, v. 9, n.1, p. 153-171, 2024.

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

THORNTON, S. **Club cultures: music, media and subcultural capital**. Oxford: Polity, 1995.

WILLIAMS, R. **Television: technology and cultural form**. New York: Schocken Books, 1974.

★

Este é um ARTIGO publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições, desde que o trabalho original seja corretamente citado.