

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

AMANDA DREHMER WOLFF

A CIRCULAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DAS TELENÓVELAS TURCAS:
Estudo de Caso de “Será isso amor?”

São Leopoldo
2024

AMANDA DREHMER WOLFF

**A CIRCULAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DAS TELENÓVELAS TURCAS:
Estudo de Caso de “Será isso amor?”**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo, pelo Curso de Comunicação
Social – Jornalismo da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS).

Orientador: Prof. Dr. Daniel Silva Pedroso

São Leopoldo

2024

Para meu pai, cujos pedidos de atualizações sobre o TCC eram frequentes. Esta dedicatória é um pequeno agradecimento por tudo, inclusive pelas piadas ruins que me distraíram nos momentos certos. E para minha mãe e amigos, agradeço pelas alegrias, tristezas e dores compartilhadas. Com vocês, as pausas entre um parágrafo e outro de produção melhora tudo o que tenho produzido na vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por ter me dado calma, força e serenidade durante todo o processo de escrita deste Trabalho de Conclusão de Curso, especialmente nos momentos em que o desafio parecia maior.

Ao meu pai, Luis Fernando Wolff, por ser meu grande apoiador e por tornar possível a realização deste sonho ao custear minha faculdade. Obrigada por me acompanhar tão de perto, sempre me enviando notícias e informações relevantes para o tema deste trabalho, demonstrando seu constante interesse e apoio.

À minha mãe, Eliandra Coreti Drehmer, que, mesmo inicialmente reticente com minha escolha de curso, esteve ao meu lado em todos os momentos, especialmente durante as dificuldades trazidas pela pandemia. Sua ajuda e carinho foram fundamentais para que eu pudesse continuar e concluir essa trajetória.

Agradeço também às pessoas que ofereceram minha primeira experiência profissional, confiando em mim e me proporcionando uma oportunidade de aprendizado que se tornou essencial para o meu crescimento.

Aos meus amigos, que foram pacientes e compreensivos durante toda essa jornada. Em especial, agradeço à minha melhor amiga, minha irmã de outra mãe, Vanessa Driemeier Gonçalves, que não só me apoiou em todos os momentos, mas também foi quem me apresentou a novela que serviu de tema para este trabalho. Sem seu apoio e amizade, essa trajetória teria sido muito mais árdua.

Ao meu amigo de longa data, Rafael Klassmann, com quem compartilho mais de 10 anos de amizade. Obrigada por me ajudar desde as primeiras etapas deste TCC, sempre tirando minhas dúvidas com paciência e me encorajando a seguir em frente.

Por fim, ao meu colega de faculdade e grande amigo Lucas Kominkiewicz da Graça, com quem tive a felicidade de dividir minha primeira experiência profissional. Obrigada por estar presente em meio a tantas turbulências, sendo sempre um porto seguro, especialmente durante a loucura do TCC e da formatura.

A todos vocês, minha eterna gratidão.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) insere-se nos estudos sobre redes sociais e cultura televisiva, tendo como objetivo geral analisar o impacto das telenovelas turcas nas dinâmicas de consumo e na cultura televisiva brasileira. Os objetivos específicos são: a) identificar e caracterizar o gênero televisivo das telenovelas, contextualizando sua evolução e principais características; b) discutir o potencial das redes sociais como espaços de construção de visibilidade e debates, observando como os usuários interagem com o conteúdo e constroem narrativas em torno das telenovelas; c) analisar de que maneira as redes sociais dinamizam o consumo e a popularização das telenovelas turcas, avaliando as estratégias utilizadas para engajar o público e aumentar a disseminação dessas produções culturais. O referencial teórico discute a telenovela enquanto gênero televisivo e estrutura narrativa, além de examinar a importância da conversação nas redes sociais e a força dos fãs. O *corpus* de pesquisa é composto por três perfis de fãs no *Instagram* da Telenovela *Sen Çal Kapimi*, que no Brasil recebeu o nome de *Será Isso Amor?*. A metodologia é inspirada no método do estudo de caso (Becker, 1999; Yin, 2001; Duarte; Barros, 2012) e na análise tecno discursiva (Fausto Neto, 2008; Pedroso, 2015). As considerações finais apontam que o sucesso das telenovelas turcas no Brasil é impulsionado pela interação nas redes sociais, que atuam como veículos de disseminação e engajamento entre os fãs, formando comunidades que fortalecem a visibilidade das produções, por meio de fotos, memes e vídeos.

Palavras-chave: Telenovelas turcas. Redes sociais. Cultura televisiva. Fandom. *Sen Çal Kapimi*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Impressão de tela: Edição do Jornal do Commercio século XIX.....	16
Figura 2 - Impressão de tela: Sua vida me pertence 1951.....	18
Figura 3 - Impressão de tela: Luiz Gustavo em Beto Rockfeller.....	21
Figura 4 - Impressão de tela: Cena de festa em Beto Rockfeller	22
Figura 5 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas	26
Figura 6 – Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas	27
Figura 7 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas	28
Figura 8 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas	28
Figura 9 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas	29
Figura 10 – Impressão de tela: Perfil oficial de SÇK no Instagram	35
Figura 11 – Impressão de tela: Grupo no Facebook de Fandom de Novelas Turcas	36
Figura 12 – Impressão de tela: Canal Telegram	43
Figura 13 – Impressão de tela: Perfil no X que traz vídeos da novela	44
Figura 14 – Impressão de tela: Perfil oficial de SÇK no Instagram	45
Figura 15 – Impressão de tela: Perfil oficial de SÇK no Facebook.....	46
Figura 16 – Impressão de tela: Canal no Youtube que traz momentos românticos do casal com a música tema.....	46
Figura 17 – Impressão de tela: Triângulo Amoroso de Binbir Gece	50
Figura 18 - Impressão de tela: Novela A Filha do Embaixador	51
Figura 19 – Impressão de tela: Imagem promocional de Fatmagul.....	52
Figura 20 - Impressão de Tela: Casal de SÇK.....	55
Figura 21 - Impressão de Tela: SÇK	56
Figura 22 – Impressão de tela: Capa oficial de SÇK.....	57
Figura 23 - Impressão de Tela: Eda Yildiz	58
Figura 24 - Impressão de Tela: Serkan Bolat.....	59
Figura 25 - Impressão de tela: Página inicial do perfil @trechosedser.....	66
Figura 26 - Impressão de tela: Página inicial do perfil @amoremistambul.....	67
Figura 27 - Impressão de tela: Página inicial do perfil @estantedaautoraof	67
Figura 28 - Impressão de tela: Foto da Eda Yildiz no perfil.....	69
Figura 29 - Impressão de tela: Casal em bastidores publicado por @trechosedser .	70
Figura 30 - Impressão de tela: Comparação entre a versão russa com a original turca	71

Figura 31 - Impressão de tela: Meme com quiz da novela em @amoremistambul	72
Figura 32 - Impressão de tela: Meme de frases ditas pelo galã turco	73
Figura 33 - Impressão de tela: Meme- Selfie em que você moraria?	73
Figura 34 - Impressão de tela: Paralelos entre The Vampire Diaries e Sen Çal Kapımı	74
Figura 35 - Impressão de tela: Paralelos EdSer e CanEm - Sen Çal Kapımı e Erkenci Kus	75
Figura 36 - Impressão de tela: Trecho da Cena Romântica na Chuva	77
Figura 37 - Impressão de tela: Lembranças Guardadas por Serkan	78
Figura 38 - Impressão de tela: Serkan e Eda Observando as Estrelas	79
Figura 39 - Impressão de tela: Serkan e Eda, após cinco anos	80
Figura 40 - Impressão de tela: Análise do Vídeo do Perfil "Estante da Autora"	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Número das Telenovelas 1970-1980	24
---	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. SURGIMENTO, ESTRUTURA NARRATIVA E ASPECTOS HISTÓRICOS DA TELENOVELA BRASILEIRA	15
2.1 SURGIMENTO DA TELENOVELA.....	15
2.2 ESTRUTURA NARRATIVA DA TELENOVELA.....	19
2.3 O PROTAGONISMO DA REDE GLOBO E AS PRODUÇÕES DE DESTAQUE.....	24
2.3.1 Década de 1980: A Queda da Censura e Novos Rumos	26
2.3.2 Década de 1990: Expansão de Temas e Tecnologias	27
2.3.3 Década de 2000: Convergência Midiática e Novos Sucessos	27
2.3.4 Década de 2010: O <i>Streaming</i> e a Transformação do Consumo	28
2.3.5 Década de 2020: Desafios e Adaptação	29
3 A CONVERSAÇÃO NAS REDES SOCIAIS, A FORÇA DO FÃ E A VISIBILIDADE DAS NOVELAS TURCAS NAS REDES SOCIAIS	31
3.1 A CONVERSAÇÃO NAS REDES SOCIAIS	31
3.2 A IMPORTÂNCIA DOS <i>FANDOMS</i> NA CULTURA DE CONVERGÊNCIA.....	34
3.3 FÃS E O USO DO TERMO <i>SHIPP</i>	38
3.4 A CIRCULAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DAS TELENOVELAS TURCAS.....	42
3.4.1 <i>Telegram</i>	42
3.4.2 <i>X</i>	43
3.4.3 <i>Instagram</i>	44
3.4.4 <i>Facebook</i>	45
3.4.5 <i>YouTube</i>	46
4. AS NOVELAS TURCAS NO BRASIL E O CONTEXTO NARRATIVO DA NOVELA <i>SERÁ ISSO AMOR?</i>.....	48
4.1 NOVELAS TURCAS NO BRASIL.....	48
4.2 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO: CONTEXTO NARRATIVO DA TELENOVELA <i>SERÁ ISSO AMOR?</i>	55
4.2.1 Sinopse de “ <i>Sen Çal Kapımı</i> ”	58
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, <i>CORPUS</i> DE PESQUISA E ANÁLISE	62
5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	62
5.2 <i>CORPUS</i> DE PESQUISA.....	65
5.2.1 <i>@trechosedser</i>	65

5.2.2 @amoremistambul	66
5.2.3 @estantedaautoraof.....	67
5.3 ANÁLISE	68
5.3.1 Imagens.....	68
5.3.2 Memes	70
5.3.3 Vídeos.....	76
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
REFERÊNCIAS.....	89

1. INTRODUÇÃO

Ao ingressar no curso de Jornalismo em 2017, meu interesse inicial era trabalhar na área do esporte. Porém, com o tempo e as experiências profissionais, convivi com muitos temas relacionados a diferentes áreas, como saúde, por exemplo. Entretanto, durante esses oito anos de curso, aos poucos, fui desenvolvendo uma curiosidade especial sobre a movimentação nas redes sociais. Eu me questionava sobre o que levava as pessoas a consumirem tantos conteúdos culturais, como bandas, séries, filmes e novelas. Foi justamente a visibilidade das telenovelas nas redes sociais que nos levou ao tema deste trabalho de conclusão de curso.

Como uma romântica incurável, encontrei meu fascínio em um lugar mais específico e diferente no digital: na circulação das novelas turcas. Descobri que essas produções, com sua delicadeza e profundidade emocional, conseguem transmitir amor e paixão, retomando, de certa forma, as convenções tradicionais do gênero que marcaram as telenovelas brasileiras no passado, mas que não fazem mais parte do estilo contemporâneo, especialmente no caso das produções atuais da Rede Globo. Aos poucos, fui cativada pela forma como as narrativas das novelas turcas conseguem encantar o público sem recorrer a cenas explícitas.

A história das transmissões de novelas estrangeiras no Brasil pode ser exemplificada pela chegada, há mais de 40 anos, das novelas mexicanas exibidas pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Em 05 de abril de 1982, o SBT transmitiu sua primeira novela mexicana – de acordo com a própria emissora, *Os Ricos Também Choram*. No entanto, foi no final da década de 1980 e ao longo da década de 1990 que produções como *A Usurpadora* (1998), *Carrossel* (1989) e a Trilogia das Marias: *Maria Mercedes* (1992), *Marimar* (1994) e *Maria do Bairro* (1995), conquistaram o público e se tornaram produções clássicas entre os noveleiros do país.

Nos últimos anos, o Globoplay¹ também investiu fortemente em telenovelas. Inicialmente, passou para o sistema digital grande parte do seu acervo, além de disponibilizar em seu catálogo telenovelas estrangeiras clássicas como *A Usurpadora* e *Maria do Bairro*. Paralelamente, o *streaming* apostou em produções de telenovelas turcas como *Fatmagül — A Força do Amor* (2010), *Senhor Errado* (2020), *Uma Vida*

¹ Site de *streaming* criado em 2015.

Nova (2020), *Mãe* (2016), *Hercai: Amor e Vingança* (2019), *Amor e Honra* (2019), *Terra Amarga* (2018) e, mais recentemente, *Erkenci Kus* (2018).

Além de produções inéditas no Brasil, como o *remake* de *Rubi* (2020), as tramas *Amar a Morte* (2018) e *Império de Mentiras* (2020) – todas protagonizadas por Angelique Boyer, que ficou famosa no Brasil e no México principalmente por seu papel em *Rebelde* (2004) – também foram disponibilizadas no *streaming*.

Em novembro de 2023, o *Globoplay* anunciou no *Twitter* a chegada de uma das novelas mais amadas pelos jovens nos anos 2000: *Rebelde* (2004). O *timing* do lançamento foi estratégico, aproveitando o grande retorno da banda da novela, RBD, que estava em turnê mundial no mesmo ano. Nesse contexto, o estudo sobre a presença das novelas estrangeiras no Brasil – país conhecido como grande produtor e consumidor deste gênero televisivo – ajuda a justificar a importância deste estudo.

A história das novelas turcas no Brasil começou a ganhar força, inicialmente, com o Grupo Bandeirantes de Comunicação (Band), em 2015, que apostou em sucessos turcos para sua programação como, *Mil e Uma Noites* (2006-2009), que conquistou bons índices de audiência. Em seguida, vieram produções como *Fatmagül: A Força do Amor* (2010), que assim como *Mil e Uma Noites* (2006-2009) também alcançou bons índices de audiência. *Sıla: Prisioneira do Amor* (2006), *Ezel* (2009), *Amor Proibido* (2010) e *Asas do Amor* (2017) não repetiram o mesmo sucesso. A última a ser transmitida foi *Minha Vida* (2014), exibida em horário nobre em 2019, assim como todas as outras.

Esse movimento chamou a atenção da *Netflix*, que também passou a incluir novelas turcas em seu catálogo. Contudo, foi no serviço de *streaming* *Max* (antigo *HBO Max*) que essas produções encontraram um novo lar, sendo classificadas como *dizis* – um termo turco para séries dramáticas – enquanto as novelas coreanas são chamadas de *doramas*.

Durante a pesquisa exploratória no âmbito das redes sociais, como sempre, o algoritmo me direcionou para diversas páginas de fãs e criadores de conteúdos dedicados às novelas turcas. Essas interações permitiram a troca de opiniões, a descoberta de novas séries e a expansão do fascínio por essas histórias que transcendem fronteiras culturais. Um exemplo é *Um Milagre*², que chegou ao Brasil

2 TV Brasil/Rede Pública estreia novela de produção turca Um Milagre. Disponível em: <https://www.ufpb.br/tvufpb/contents/noticias/tv-brasil-rede-publica-estreia-producao-turca-um->

primeiramente pelo canal de *streaming* da *HBO Max* em 2021. Trata-se da versão turca de *The Good Doctor*. Mais recentemente, foi anunciado que a próxima série a integrar o catálogo será *Sen Çal Kapimi*³, um sucesso de comédia romântica de 2021. A série recebeu diversos prêmios, incluindo o de “Melhor Casal Romântico de Comédia Dramática”, foi transmitida pela *Fox TV* e recebeu o “Prêmio de Honra” na categoria *hashtag* do *Shorty Awards*⁴, com votos dos telespectadores.

O anúncio de que a *HBO Max* disponibilizaria *Sen Çal Kapimi*, fez com que os fãs ficassem eufóricos. A série romântica está em alta e é uma das preferidas dos fãs de produções turcas. A reação nas redes sociais foi imediata, fazendo com que a *hashtag* da novela subisse com quase um milhão de interações em 100 países. A relevância das produções turcas nas redes sociais é inegável, como evidenciado pelo capítulo final da *Sen Çal Kapimi* na Turquia, que gerou cerca de oito milhões de menções somente no *Twitter*⁵, superando até mesmo o final de *Game of Thrones*⁶. Esse fenômeno não se restringe à Turquia, mas reverbera globalmente, alcançando audiências diversas por meio das plataformas digitais.

Nesse contexto, é crucial entender o papel das redes sociais na disseminação e interação em torno dessas produções. O fenômeno da *shippagem* é uma pista importante. Embora não seja algo novo, há tempos observamos inúmeros casais fictícios de séries e telenovelas que geram *shippagens* inesquecíveis, algumas até transcendendo a ficção e tornando-se casais na vida real. Um exemplo é o caso de *Rullique* (Angelique Boyer e Sebastian Rulli), que contracenaram em três novelas mexicanas diferentes, gerando uma legião de fãs engajados. Outros casais, mesmo que não estejam juntos na vida real, continuam a gerar interesse e discussões nas redes sociais, como Maite Perroni e Willian Levy (Levyrroni), que compartilharam a tela em duas produções distintas: *Cuidado com o Anjo* (2008) e *Triunfo do Amor* (2010).

Esses exemplos destacam o poder das redes sociais não apenas como meio de consumo, mas também como espaço de interação e construção de comunidades

[milagre#:~:text=Um%20Milagre%20foi%20exibida%20originalmente,canal%20%C3%A0%20cabo%20TNT%20S%C3%A9ries](#). Acesso em: 10 Jun. 2024.

3 *Será Isso Amor?*, em tradução livre.

4 O *Shorty Awards*, a primeira premiação a homenagear as mídias sociais. Desenvolvido por usuários do Twitter, quem é quem da web social foi votado e homenageado em tempo real por meio de *hashtags*. Disponível em: <https://shortyawards.com/about>. Acesso em: 10 Nov. 2024.

5 Disponível em: <https://x.com/SCKsupport/status/1436030670183272451/photo/1>. Acesso em: 10 Out. 2024.

6 Disponível em: <https://x.com/SCKsupport/status/1436031085599772677>. Acesso em: 15 Set. 2024.

em torno das produções audiovisuais. A influência dos *shipps* e das novelas se manifesta de forma significativa nas redes sociais, com *hashtags* e comentários entre os fãs impulsionando a popularidade e indicando novas produções turcas. Todos esses apontamentos são indícios para que possamos entender o sucesso das novelas e séries turcas que chegam ao público brasileiro via *streaming* ou redes sociais, o meio que mais movimenta os fãs de produções da Turquia.

Todos esses elementos indicam o fenômeno de sucesso das produções turcas, filmes e séries, que atualmente chegam ao público brasileiro por meio de *streaming* e redes sociais. As redes sociais não apenas servem como ponto de entrada para o conhecimento das produções audiovisuais da Turquia, mas também são o principal meio de interação entre os fãs dessas produções.

Nesta perspectiva, este estudo investiga a reverberação dessas produções no Brasil, especialmente através das redes sociais como *Telegram*, *YouTube* e *Instagram*. Neste contexto de mudanças na forma de consumo de entretenimento, impulsionado pela ascensão das plataformas *online*, as fronteiras tradicionais das produções audiovisuais estão sendo cada vez mais ampliadas. A reverberação de *shipps* e de novelas ocorre nas redes sociais por meio de *hashtags* e comentários dos fãs, que dividem opiniões e indicam novas novelas turcas, levando, inclusive, ao uso do *Telegram* como alternativa ao *streaming*.

O *fandom*, por sua vez, organiza-se em fã-clubes e divide-se principalmente entre duas plataformas principais: *Instagram* e *Telegram*. No *Instagram*, os fãs compartilham *reels* dos personagens, participam de desafios com músicas populares relacionadas às séries e divulgam fotos que podem sugerir *spoilers* ou confirmar romances entre os atores que interpretam os casais favoritos. Além disso, atuam como criadores de conteúdo para *fanfics* e *reels* de comédia, explorando novas formas de interação com as obras, como a dublagem de cenas, prática que se popularizou com a introdução das novelas legendadas. Já o *Telegram* serviu quase como um serviço de *streaming* improvisado, bastando buscar o nome da novela e adicionar "legendado" para encontrar os episódios disponíveis. Nessa plataforma, os episódios tinham em média duas horas de duração, proporcionando uma experiência completa aos espectadores.

O *YouTube* também desempenha um papel significativo nesse cenário, com criadores de conteúdo dedicados a analisar, discutir e especular sobre os relacionamentos e enredos das produções turcas. Esses canais oferecem aos fãs uma

plataforma para aprofundar sua conexão com as obras, além de apresentar músicas que utilizam clipes das novelas turcas, muitas vezes destacando cenas românticas que despertam o interesse do público e os levam a descobrir novas *dizis* ou revisitar aquelas que haviam esquecido o nome.

Nesse sentido, e a partir do que foi exposto, o objetivo deste trabalho de conclusão de curso é analisar o impacto das novelas turcas nas dinâmicas de consumo e na cultura televisiva brasileira, explorando também a forma como essas produções são disseminadas e discutidas nas redes sociais.

Nessa perspectiva, nosso objetivo geral é compreender como as redes sociais contribuem para a circulação das telenovelas turcas, incentivando a visibilidade, o debate e o consumo dessas produções. Já os objetivos específicos são:

- a) Identificar e caracterizar o gênero televisivo das telenovelas, contextualizando sua evolução e características;
- b) Discutir o potencial das redes sociais como espaços de construção de visibilidade e debates, observando como os usuários interagem com o conteúdo e constroem narrativas em torno das telenovelas;
- c) Analisar de que maneira as redes sociais dinamizam o consumo e a popularização das telenovelas turcas, avaliando as estratégias utilizadas para engajar o público e aumentar a disseminação dessas produções culturais.

Para dar conta destes objetivos, os procedimentos metodológicos são inspirados no método do estudo de caso de Becker (1999), Yin (2001), Duarte e Barros (2012). A análise tecno discursiva baseia-se em Fausto Neto (2008) e Pedroso (2015).

O trabalho está organizado, além da introdução, em quatro capítulos. No capítulo dois, nos voltamos para o surgimento, a estrutura narrativa e aspectos históricos da telenovela brasileira. No capítulo três discutimos as redes sociais, a circulação das telenovelas turcas no Brasil e os termos *fandom*, *fãs* e *shippar*. No capítulo quatro, nos debruçamos sobre a presença das novelas turcas no Brasil e o contexto narrativo da novela *Será Isso Amor?*, e por fim, no capítulo cinco caracterizamos o nosso objeto, explicitamos os nossos procedimentos metodológicos, delimitamos os corpus de pesquisa e apresentamos a nossa análise.

2. SURGIMENTO, ESTRUTURA NARRATIVA E ASPECTOS HISTÓRICOS DA TELENÓVELA BRASILEIRA

O objetivo geral deste trabalho é compreender como as redes sociais contribuem para a circulação das telenovelas turcas, incentivando a visibilidade, o debate e o consumo dessas produções televisivas no contexto brasileiro. Entendemos ser pertinente, neste capítulo inicial, nos debruçarmos sobre o surgimento da telenovela, sua estrutura de gênero, além de lançar um olhar sobre o panorama histórico deste produto que ocupa um lugar central no consumo audiovisual no Brasil.

2.1 SURGIMENTO DA TELENÓVELA

De acordo com Renato Ortiz (1991), a história da telenovela no Brasil está profundamente enraizada em um contexto histórico e cultural que remonta ao século XIX, com o advento do romance-folhetim, a primeira forma de narrativa seriada que estabeleceu uma conexão duradoura com o público. O romance-folhetim, uma narrativa popular publicada em partes nos jornais, foi o precursor das novelas radiofônicas e, posteriormente, das telenovelas televisivas, marcando o início de um formato que se consolidaria como um dos pilares da cultura brasileira.

O romance-folhetim surgiu dentro de um contexto de profundas transformações sociais na França, no século XIX. Com o desenvolvimento da imprensa e a industrialização, surgiu um novo tipo de comunicação, que levou à expansão do público leitor. Conforme Ortiz (1991, p. 12), “é no século XIX que emerge uma esfera de bens ampliados, uma 'cultura de mercado'”, e o folhetim tornou-se um veículo de entretenimento acessível a uma população que cada vez mais consumia produtos culturais em massa.

A característica principal do folhetim era a serialização. Publicado no rodapé dos jornais, seu objetivo era manter os leitores engajados, provocando a necessidade de continuar acompanhando a história dia após dia. Segundo o autor (1991, p. 11), “o folhetim nada mais é do que um teatro móvel que vai buscar os espectadores em vez de esperá-los”, o que significa que sua narrativa era construída de forma a atrair os leitores e mantê-los conectados à trama por longos períodos de tempo.

No Brasil, a primeira publicação de um romance-folhetim ocorreu em 1838, no *Jornal do Comércio* (figura 1) do Rio de Janeiro, com a obra *Capitão Paulo*, de

Alexandre Dumas. No entanto, as condições sociais do Brasil no século XIX dificultaram a popularização desse gênero como um fenômeno de massa. Segundo Ortiz (1991, p. 17), "as condições sociais para o florescimento do folhetim como literatura popular no Brasil foram adversas", e, mesmo no final do século XIX, o folhetim já havia perdido parte de sua força sem nunca ter alcançado grande popularidade.

Figura 1 - Impressão de tela: Edição do Jornal do Commercio século XIX



Fonte: Site Unesp. Disponível em: <https://www.unesp.br>. Acesso em: 04 Out. 2024.

Apesar disso, o formato serializado e popular do folhetim não desapareceu. Ele foi adaptado para novos meios de comunicação à medida que a tecnologia avançava. O surgimento do rádio no início do século XX proporcionou uma nova plataforma para a narrativa seriada, e foi aí que o folhetim se transformou na radionovela, um gênero que rapidamente conquistou o público em vários países da América Latina, incluindo o Brasil.

A rádio, que começou a se expandir globalmente a partir dos anos 1920, proporcionou uma nova forma de distribuição de conteúdo narrativo. Nos Estados Unidos, por exemplo, as chamadas *soap operas*⁷, patrocinadas por grandes indústrias, começaram a ser transmitidas para o público em massa. Essas narrativas,

⁷ Termo em inglês para telenovela.

focadas em dramas familiares e emoções fortes, eram similares aos folhetins e tiveram grande sucesso. Conforme Ortiz (1991, p. 18), "em 1934, 90% das famílias urbanas nos Estados Unidos possuíam um aparelho de rádio", o que garantia uma ampla audiência para as radionovelas e possibilitava a introdução de propagandas diretamente ligadas ao público-alvo.

O Brasil não ficou de fora dessa nova onda de comunicação. A primeira radionovela lançada no Brasil foi *A Predestinada*, em 1941, pela *Rádio São Paulo*. Logo em seguida, a *Rádio Nacional*, no Rio de Janeiro, lançou *Em Busca da Felicidade* também em 1941. A partir desse momento, as radionovelas se consolidaram como uma forma de entretenimento extremamente popular. A produção radiofônica cresceu rapidamente, e entre 1943 e 1945, foram transmitidas mais de 100 novelas em estações de rádio brasileiras. Segundo Ortiz (1991, p. 27), "a rádio São Paulo tornou-se especialista no tema, chegando a ter nove novelas no ar diariamente no horário diurno".

Segundo o autor a radionovela, assim como o folhetim, tinha como objetivo manter o público conectado à trama por longos períodos. Suas narrativas eram geralmente melodramáticas, com fortes influências sentimentais e trágicas, e abordavam temas familiares, amorosos e sociais, que tocavam o público da época. Cuba foi um dos primeiros países a consolidar a tradição da radionovela, com a cidade de Havana emergindo como um polo de produção do gênero. No Brasil, o sucesso das radionovelas logo preparou o terreno para o surgimento de um novo formato: a telenovela.

Renato Ortiz (1991) aponta ainda que, com o advento da televisão no Brasil, em 1950, as radionovelas encontraram uma nova plataforma de desenvolvimento. A televisão, ainda em seus primórdios, era um meio de comunicação inovador e com grande potencial, embora não houvesse ainda um modelo claro de como utilizá-la para narrativas de longa duração. A primeira telenovela brasileira, *Sua Vida Me Pertence*, foi lançada pela TV Tupi em 1951. Escrita e dirigida por Walter Forster – que na figura 2 contracenava com Vida Alves – a novela teve apenas 15 capítulos e foi transmitida duas vezes por semana. Nesse período, a televisão ainda era vista como um meio experimental, e as novelas eram frequentemente descritas como "rádio com imagens", sem grandes inovações em termos de linguagem televisiva.

Figura 2 - Impressão de tela: Sua vida me pertence 1951



Fonte: Site IMDB (2024).

De acordo com Ortiz (1991), a televisão era um produto novo, e ainda não havia um conhecimento seguro de como explorá-la. A telenovela, nesse primeiro momento, seguiu o modelo das radionovelas, com narrativas melodramáticas e uma estética simples. A produção nacional também era limitada, e grande parte das novelas exibidas no Brasil era de origem estrangeira, principalmente de países como Cuba e México.

Foi somente na década de 1960 que a telenovela começou a se consolidar como o principal produto da televisão brasileira. As inovações introduzidas pela *TV Excelsior*, que passou a produzir novelas com maior regularidade e com narrativas mais complexas, foram fundamentais para o desenvolvimento do formato. A televisão, então, se redefiniu como uma indústria cultural, e a telenovela tornou-se um dos principais produtos dessa indústria.

Conforme explica Ortiz (1991, p. 54), "a televisão se redefine em termos de indústria cultural, e a novela emerge como o produto por excelência do sistema brasileiro". A partir desse momento, a telenovela brasileira começou a se distanciar de suas origens puramente melodramáticas, incorporando elementos realistas e refletindo as questões sociais e políticas do país. O resultado foi a criação de um formato único, que equilibrava o entretenimento emocional com uma análise crítica da sociedade. Apesar das inovações introduzidas ao longo das décadas, a telenovela nunca perdeu completamente sua conexão com o melodrama e com as narrativas serializadas que marcaram seu surgimento.

2.2 ESTRUTURA NARRATIVA DA TELENÓVELA

Durante os anos 1950, o cenário da TV no Brasil era dominado pela *TV Tupi*, que servia de modelo para outras emissoras, marcando o início da indústria televisiva nacional. A televisão começava a se consolidar como um veículo de massa, especialmente com a expansão do número de aparelhos no Brasil. Segundo Ortiz (1991), em 1960, havia apenas 598 aparelhos de televisão no país, mas esse número aumentou significativamente nos anos seguintes, atingindo 1.993 aparelhos em cinco anos, o que reflete o crescimento da popularidade da TV no Brasil. Embora o sistema televisivo ainda estivesse longe de cobrir todo o território nacional, até meados da década de 1960, a televisão já se implantava como um importante meio de comunicação de massa.

Entre 1963 e 1970, a estrutura dominante no gênero da telenovela brasileira foi o melodrama. De acordo com Ortiz (1991), nessa época as novelas seguiam o estilo das produções melodramáticas importadas de países como Cuba, México e Venezuela. Esse modelo foi adaptado com sucesso para o público brasileiro, que já estava familiarizado com as narrativas dramáticas herdadas dos folhetins radiofônicos. O melodrama, nesse contexto, reforçava uma polarização clara entre o bem e o mal, ricos e pobres, felicidade e tristeza, conceitos que se tornariam centrais na estrutura narrativa da telenovela brasileira. A história girava em torno de conflitos familiares, amores impossíveis e questões morais, o que facilitava a identificação do público com os personagens e suas situações. Segundo Ortiz (1991, p. 115), um supervisor de mídia da Colgate-Palmolive, uma das principais patrocinadoras de telenovelas da época, declarou que o enredo deveria ser "realista, plausível de acontecer com cada um dos espectadores", reforçando a necessidade de um vínculo emocional entre o público e a trama.

Para Claudia Braga (2005), a estrutura narrativa da telenovela, em que o melodrama ocupa um lugar central, é uma das principais influências na construção das tramas e na forma de contar histórias nesse formato. Ainda segundo Braga (2005), o melodrama surgiu no teatro popular do século XIX como uma resposta às necessidades de um público crescente que buscava entretenimento emocional e de fácil compreensão. Sua narrativa maniqueísta, em que o bem e o mal estão claramente delimitados, é uma das suas características mais marcantes. Nas telenovelas, isso se manifesta através de vilões cruéis e heróis virtuosos, que

personificam os valores morais em conflito. Além disso, o melodrama é conhecido por suas situações intensas e dramáticas, muitas vezes exageradas, com o objetivo de provocar reações emocionais profundas no público (Braga, 2005). Esse tipo de estrutura narrativa foi amplamente adotado pelas telenovelas, sendo responsável por atrair e manter o interesse dos espectadores ao longo dos capítulos diários, com ganchos dramáticos e reviravoltas que mantêm a tensão da trama.

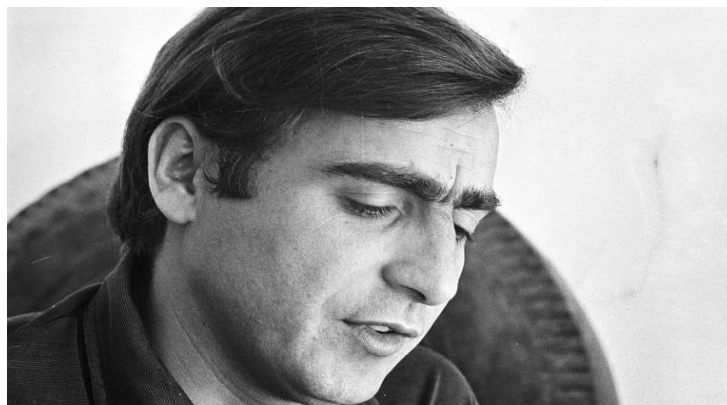
Entre as principais características do melodrama, está a criação de conflitos que envolvem grandes emoções e dilemas morais facilmente identificáveis. As histórias melodramáticas tendem a simplificar os conflitos humanos, destacando aspectos como a luta entre o bem e o mal, a inocência contra a injustiça e o triunfo da virtude sobre o vício (Braga, 2005). Essa estrutura narrativa é complementada por uma trilha sonora que reforça o caráter emotivo das cenas, além de um estilo visual marcado pelo uso de cenários grandiosos e uma estética visual forte, capaz de prender a atenção do público. Esses recursos fazem do melodrama um gênero acessível e atraente para grandes audiências, especialmente em formatos seriados como as telenovelas, em que a continuidade da história e o envolvimento emocional do espectador são cruciais.

Ortiz (1991) aponta ainda que a narrativa das telenovelas melodramáticas também criava um efeito de continuidade, prendendo o público ao hábito de acompanhar as tramas diariamente. A estrutura narrativa linear, dividida em capítulos, tornou-se parte essencial do formato televisivo, permitindo o desenvolvimento de histórias que poderiam durar meses ou até anos, como forma de engajar continuamente os espectadores. Apesar do sucesso do melodrama, a década de 1960 também trouxe inovações narrativas que se afastavam dessa fórmula. Um exemplo marcante dessa transição foi a telenovela *Beto Rockefeller*, exibida pela TV Tupi entre 1968 e 1969. Esta novela introduziu um novo estilo, caracterizado por diálogos coloquiais e realistas, recheados de gírias e expressões populares, rompendo com a formalidade que prevalecia nas novelas anteriores.

Beto Rockefeller (figura 3) foi um marco no gênero ao introduzir um protagonista que não era o herói clássico dos melodramas. A novela assinada por Bráulio Pedroso acompanhava a vida dupla de Beto (interpretado por Luis Gustavo, ator que faleceu em 2021), um dos primeiros anti-heróis da TV brasileira. Na trama, o malandro se divide entre o cotidiano de vendedor de sapatos e a identidade de Beto Rockefeller, um rico que se infiltra na *high society* paulistana através de uma

namorada rica, alguém com falhas e ambiguidades, que se envolvia em situações cotidianas, o que aproximava a novela da realidade vivida pelo público.

Figura 3 - Impressão de tela: Luiz Gustavo em Beto Rockfeller



Fonte: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1711357113185937-veja-fotos-da-carreira-do-ator-luis-gustavo#foto-1711357114067151>. Acesso em: 25 Set. 2024.

Segundo Ortiz (1991), essa mudança representou "uma proposta realista" na narrativa televisiva, distanciando-se das tramas excessivamente dramáticas e idealizadas. Essa nova abordagem sinalizou uma virada importante na história das telenovelas brasileiras, abrindo caminho para que produções posteriores incorporassem elementos de realismo e temas mais próximos do cotidiano brasileiro. Dessa forma, as telenovelas começaram a explorar questões sociais e culturais com mais profundidade, enquanto ainda mantinham o envolvimento emocional típico do melodrama.

Martins e Santos (2009) entendem que as telenovelas brasileiras passaram por transformações significativas em sua estrutura narrativa ao longo das décadas. Se nas primeiras décadas de produção televisiva o melodrama era o principal molde narrativo, a partir da década de 1960, especialmente com a exibição de *Beto Rockfeller*, começou a surgir um novo paradigma. Esse período marca o início de uma transição para o realismo, em que as telenovelas passaram a refletir de forma mais fiel a realidade social e cultural brasileira (Martins; Santos, 2009). Como dito anteriormente, *Beto Rockfeller* foi um marco dessa mudança, apresentando personagens mais próximos do cotidiano (figura 4), com características e dilemas humanos mais complexos e um afastamento do maniqueísmo exagerado do melodrama. A introdução de personagens como o "anti-herói", que não seguia os padrões tradicionais de virtude ou moralidade, e a inclusão de diálogos coloquiais e

situações urbanas cotidianas transformaram as telenovelas em um produto mais reflexivo e socialmente crítico.

Figura 4 - Impressão de tela: Cena de festa em Beto Rockfeller



Fonte: https://revistapesquisa.fapesp.br/wp-content/uploads/2014/05/076-079_TV_Tupi_219.pdf. Acesso em: 25 Set. 2024.

Para Martins e Santos (2009), essa transição para o realismo foi impulsionada pela necessidade de retratar a vida como ela era, incluindo questões sociais, políticas e culturais que ressoavam com o público. O realismo nas telenovelas brasileiras trouxe uma nova dimensão à teledramaturgia, na qual os personagens e enredos espelhavam as complexidades da sociedade brasileira, abordando temas como desigualdade social, racismo, corrupção, violência urbana, entre outros. O que antes era um entretenimento focado apenas no escapismo emocional tornou-se também um espaço de debate e reflexão sobre a realidade nacional. Esse movimento foi profundamente influenciado pelas escolas literárias do realismo e naturalismo, que buscavam uma representação objetiva e direta da realidade. Essa abordagem permitiu que as telenovelas capturassem tanto o entretenimento popular quanto o respeito da crítica, ao retratar histórias que dialogavam com a vida diária do público e com as questões mais prementes da sociedade.

No entanto, para Martins e Santos (2009), a influência do melodrama não desapareceu completamente nas telenovelas brasileiras. Mesmo com a adoção de elementos do realismo, muitos enredos continuam a incorporar estruturas melodramáticas, especialmente no que diz respeito à simplificação moral dos conflitos e à presença de vilões marcantes. O melodrama oferece uma fórmula testada e

aprovada de criação de tensão dramática, e muitos dos temas centrais do gênero, como a perseguição, o sofrimento da vítima inocente e o confronto final entre o bem e o mal, continuam a ser explorados nas tramas. O que mudou foi a forma como essas histórias são apresentadas. A partir da década de 1970, as telenovelas brasileiras começaram a equilibrar os excessos emocionais do melodrama com um olhar mais crítico e realista sobre os personagens e suas motivações. Assim, o realismo e o melodrama coexistem nas telenovelas, criando um estilo único que combina elementos fantasiosos com reflexões profundas sobre a sociedade.

Para La Pastina, Rego e Straubhaar (2005), comparando com produções de outros países reconhecidos pela produção deste gênero, como o México e a Turquia, pode-se perceber que as telenovelas brasileiras seguem um caminho diferente no que diz respeito à narrativa. Enquanto as telenovelas mexicanas e turcas mantêm-se mais fiéis às estruturas melodramáticas tradicionais, com fortes influências das novelas românticas e históricas, as telenovelas brasileiras se destacam por sua abordagem mais realista e complexa. As produções mexicanas, por exemplo, continuam a explorar os arquétipos melodramáticos em sua forma mais pura, com heróis e vilões quase caricatos e histórias que giram em torno de grandes tragédias familiares, amores impossíveis e reviravoltas dramáticas extremas. Já as produções turcas seguem uma linha semelhante, com narrativas que enfatizam o sofrimento e a paixão, mantendo o melodrama como elemento principal.

Por outro lado, para Martins e Santos (2009), as telenovelas brasileiras foram pioneiras em integrar temas sociais e realistas à sua narrativa, tornando-se um espelho da realidade nacional. Essa combinação entre o melodrama e o realismo deu às produções brasileiras um apelo único, oferecendo ao público uma experiência que vai além do simples entretenimento. As novelas passaram a servir como uma plataforma para discutir questões como pobreza, injustiça e até mesmo problemas políticos, sempre mantendo o equilíbrio entre o drama emocional e a crítica social. Esse estilo misto faz das telenovelas brasileiras um fenômeno singular no panorama global da teledramaturgia, diferenciando-se das produções de outros países tanto pela sua profundidade narrativa quanto pela sua capacidade de se conectar com as realidades de seus espectadores.

Encerramos este tópico que se destinou a compreender a estrutura narrativa da telenovela brasileira. A partir dos autores mencionados, podemos compreender que a estrutura narrativa das telenovelas brasileiras evoluiu ao longo dos anos,

partindo de uma base melodramática clássica e incorporando elementos do realismo para criar uma forma de narrativa envolvente e socialmente relevante. O melodrama continua a ser um pilar importante, mas é a combinação com o realismo que define o estilo único das telenovelas brasileiras, proporcionando ao público uma mistura de entretenimento emocional e reflexão crítica sobre a sociedade.

2.3 O PROTAGONISMO DA REDE GLOBO E AS PRODUÇÕES DE DESTAQUE

De acordo com Ortiz (1991), no contexto da evolução da televisão brasileira, as décadas de 1970 e 1980 representam um marco na consolidação da *Rede Globo* como a principal emissora do país, tanto no campo empresarial quanto na produção de ficção televisiva. Segundo o autor, esse período foi marcado pela busca por padrões de excelência e de estabilização da programação, com destaque para a telenovela como gênero central na estratégia da emissora. A *TV Globo*, ao longo desses anos, emergiu como uma referência ao combinar modernização tecnológica e um planejamento estruturado, criando uma verdadeira "indústria cultural" adaptada às novas demandas do mercado audiovisual brasileiro.

A partir de 1969, a *Rede Globo* iniciou um processo de ampliação de sua rede de emissoras e de consolidação empresarial, ganhando destaque na audiência nacional. O avanço da emissora foi notável, e, em 1980, já contabilizava 36 afiliadas, número que cresceu para 48 em 1986, cobrindo 98% dos municípios brasileiros e alcançando uma audiência estimada em 80 milhões de telespectadores. Nesse mesmo período, a *TV Tupi*, até então uma grande produtora de ficção seriada, entrou em crise e suspendeu suas atividades, consolidando a liderança da *Globo*. A inversão do cenário entre as décadas de 1970 e 1980 marcou o declínio das concorrentes, como a *Tupi* e a *Excelsior*, que até então eram as principais produtoras de telenovelas no Brasil, como pode ser conferida tabela 1.

Tabela 1 - Número das Telenovelas 1970-1980

EMISSIONAS:	GLOBO	TUPI	EXCELSIOR	RECORD	BANDEIRANTES	TOTAL
Nº NOVELAS:	77	52	1	18	9	157

Fonte: Fernandes; Ismael - Livro de Ortiz (1991).

Ortiz (1991) aponta que a *TV Globo* estabeleceu um formato regular para a produção de telenovelas, mantendo sempre três produções em horários fixos: às 19h, 20h e 22h, sendo que o horário das 18h passou a ser fixo em 1975. Essa estrutura de programação tornou-se um modelo de sucesso, sustentando quatro telenovelas no ar até o final da década de 1970, quando o horário das 22h foi extinto. Nesse período, houve também a definição do número ideal de capítulos para as novelas, que se estabilizou em torno de seis meses de duração, exceto para as produções de horários principais.

Outro ponto de destaque é o processo de abasileiramento das telenovelas. Na década de 1970, a *Globo* começou a abandonar os textos melodramáticos importados, optando por produções que refletiam a realidade e os conflitos brasileiros. As histórias passaram a abordar temáticas como o preconceito racial, o coronelismo, o divórcio, e as tensões sociais e políticas da época. Essa abordagem realista buscava retratar de forma crítica a sociedade brasileira, trazendo para o centro das narrativas personagens e situações do cotidiano nacional, o que acabou enfraquecendo as características do melodrama.

Para o autor, esse movimento de nacionalização não apenas aproximou as telenovelas do público, mas também inseriu uma preocupação com o retrato da realidade, com os autores focando em temas contemporâneos e relevantes para a sociedade brasileira. Além disso, a inserção de valores culturais e morais em choque refletia as contradições vividas no Brasil daquele período. A tentativa de alinhar a forma realista com pretensões críticas no principal produto da indústria cultural, como as telenovelas, era um desafio constante para a *Globo*.

A trajetória da *Rede Globo* nas décadas de 1970 e 1980, como discutido por Ortiz (1991), foi marcada pela busca de excelência na produção televisiva e pela consolidação de um modelo de telenovela que se tornou central na cultura popular brasileira. Ao longo desses anos, a emissora soube se adaptar às exigências do mercado e da censura, enquanto se afirmava como uma indústria cultural de relevância, moldando as narrativas televisivas e refletindo as tensões e os valores da sociedade brasileira. A *Globo* não apenas dominou o cenário televisivo, mas também contribuiu significativamente para o desenvolvimento e nacionalização da ficção seriada no Brasil. A seguir apresentamos algumas produções que nos permitem observar a liderança da *Tv Globo*, bem como a evolução da telenovela no Brasil. Essa classificação até a data de 1990 é feita por Ortiz (1991).

2.3.1 Década de 1980: A Queda da Censura e Novos Rumos

A década de 1980 representou um marco de transição para a teledramaturgia, com a queda da censura e o aumento da liberdade criativa. A partir de 1980, a *Globo* já contabilizava 36 emissoras afiliadas, cobrindo quase todo o território nacional. Segundo Ortiz (1991), esse crescimento empresarial foi acompanhado por inovações tecnológicas e narrativas. Durante esse período, a *TV Tupi*, que outrora competia pela liderança, entrou em colapso, solidificando ainda mais a hegemonia da *Globo*.

Novelas como *Roque Santeiro* (1985), que havia sido censurada em 1975 e finalmente exibida em 1985, abordaram temas políticos e sociais com ousadia, refletindo o novo ambiente de liberdade. A novela tornou-se um sucesso monumental, “quebrando” recordes de audiência e consolidando o gênero como um espaço para debates públicos sobre a realidade brasileira.

Outro exemplo importante dessa fase foi *Vale Tudo*⁸ (1988), de Gilberto Braga, que questionava a ética e a corrupção na sociedade brasileira, elevando o nível de crítica social nas telenovelas. O mistério sobre “quem matou Odete Roitman” tornou-se um dos momentos mais icônicos da história da teledramaturgia nacional.

Figura 5 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas



Fonte: Globoplay (2024).

⁸ A Rede Globo se prepara para um remake de “Vale Tudo” em 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/vale-tudo-ganhara-remake-em-2025-confira-tudo-o-que-ja-sabemos/>. Acesso em: 15 Set. 2024.

2.3.2 Década de 1990: Expansão de Temas e Tecnologias

Na década de 1990, a telenovela brasileira continuou a expandir seus horizontes temáticos, refletindo as mudanças sociais e tecnológicas da época. A introdução de temas como inseminação artificial em *Barriga de Aluguel* (1990), de Gloria Perez, e o retrato da decadência das elites em *Rainha da Sucata* (1990), de Silvio de Abreu, mostram a diversidade de questões abordadas pelas tramas. Enquanto a *Globo* continuava a liderar a produção de telenovelas, a *TV Manchete* desafiou o domínio da emissora com *Pantanal* (1990), uma novela que apostou em uma narrativa mais lenta e paisagens naturais, oferecendo um contraste ao ritmo acelerado das produções da *Globo*. No entanto, a emissora manteve-se à frente com sucessos como *A Próxima Vítima* (1995), que explorou o gênero policial, e *Explode Coração* (1995), que introduziu questões sobre a cultura cigana e as novas tecnologias.

Figura 6 – Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas



Fonte: <https://i.discogs.com/XpQWS-GBHW4Xap-uCNknNQI>. Acesso em: 28 Set. 2024.

2.3.3 Década de 2000: Convergência Midiática e Novos Sucessos

Os anos 2000 trouxeram novas mudanças com o avanço da TV digital e a popularização da internet. A *Globo* manteve sua liderança com novelas como *Laços de Família* (2000), de Manoel Carlos, e *Senhora do Destino* (2004), de Aguinaldo Silva, ambas grandes sucessos de audiência. Ao longo dessa década, a emissora também começou a explorar o potencial das plataformas digitais, culminando com o lançamento do *Globoplay* em 2015, permitindo ao público acessar suas novelas sob

demanda. A convergência midiática foi consolidada com o sucesso internacional de *Caminho das Índias* (2009), de Gloria Perez, que venceu o *Emmy* Internacional.

Figura 7 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas



Fonte: Globoplay (2024).

2.3.4 Década de 2010: O *Streaming* e a Transformação do Consumo

A década de 2010 marcou uma revolução no consumo audiovisual com a popularização das plataformas de *streaming*. A *Rede Globo* se adaptou rapidamente a essa nova realidade com o fortalecimento do *Globoplay*. Novelas como *Avenida Brasil* (2012), de João Emanuel Carneiro, foram sucessos tanto na TV quanto nas plataformas digitais, com o último capítulo paralisando o país. Outro marco foi *Verdades Secretas* (2015), de Walcyr Carrasco, que levou a narrativa das telenovelas a novos patamares de complexidade, vencendo o *Emmy* Internacional e consolidando o gênero no ambiente digital.

Figura 8 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas



Fonte: Globoplay (2024).

2.3.5 Década de 2020: Desafios e Adaptação

A pandemia de Covid-19 trouxe desafios inéditos à produção de telenovelas, com gravações suspensas e roteiros adaptados. A *Globo* teve que reformular a produção de *Amor de Mãe* (2020) para seguir os protocolos de segurança, demonstrando sua capacidade de adaptação. Simultaneamente, o *Globoplay* consolidou-se como um dos principais serviços de *streaming* no Brasil, com produções como *Verdades Secretas II* (2021) e *Todas as Flores* (2022), ambas produzidas inicialmente para o *streaming*, mostrando a capacidade da *Globo* de se manter relevante no cenário digital. A partir da década de 1980, a *Globo* solidificou-se como a principal produtora de telenovelas do Brasil, liderando inovações tecnológicas e narrativas. A capacidade da emissora de se adaptar às mudanças sociais e tecnológicas garantiu sua posição de vanguarda na teledramaturgia brasileira, refletindo e influenciando a cultura nacional ao longo das décadas.

Figura 9 - Impressão de tela: material de divulgação das telenovelas



Fonte: Globoplay (2024).

Chegamos ao final deste capítulo, que teve o objetivo de construir um percurso teórico que nos permitisse compreender o surgimento, estrutura narrativa e aspectos históricos da telenovela brasileira. Acreditamos que essa trajetória nos permitiu ampliar o conhecimento sobre o objeto de estudo, permitindo-nos perceber que a telenovela brasileira, a partir de suas características, foi conquistando o público e reconhecimento internacional. Percebemos, entretanto, que a partir de meados dos anos 2000, com as transformações tecnológicas no cenário midiático contemporâneo, que alteraram as condições de circulação de conteúdo, principalmente com o

surgimento das redes sociais, foi se alterando as formas de consumo da telenovela. Os fãs passaram a ganhar maior protagonismo e as fronteiras culturais se ampliaram, fazendo com que outras produções ganhassem espaço na preferência do público brasileiro. Nessa perspectiva, no próximo capítulo, nos voltaremos para o exame das redes sociais na complexificação do consumo das telenovelas.

3 A CONVERSAÇÃO NAS REDES SOCIAIS, A FORÇA DO FÃ E A VISIBILIDADE DAS NOVELAS TURCAS NAS REDES SOCIAIS

No capítulo anterior, lançamos um olhar sobre o surgimento da telenovela no Brasil, destacando sua estrutura de gênero, que se divide entre o melodrama e o realismo naturalista, e pontuamos algumas das produções mais importantes no cenário contemporâneo brasileiro. Neste capítulo, nosso objetivo é compreender como ocorre a visibilidade crescentes das novelas turcas no Brasil. Para isso, nosso percurso se move para a compreensão das formas de interação por meio das redes sociais, buscando entender aspectos relevantes da cultura digital e apontando as principais redes sociais que servem de espaço de circulação para as telenovelas turcas.

3.1 A CONVERSAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

Raquel Recuero, em seu livro *A Conversação em Rede* (2014, p. 36), nos lembra que, com o advento da internet, o comportamento social e a forma como interagimos sofreram mudanças significativas. A internet se estabeleceu como um dos principais meios de comunicação no cotidiano das pessoas, especialmente por meio das redes sociais, que revolucionaram as interações humanas. A partir dessas plataformas, como *X* (antigo *Twitter*), *Facebook*, *Instagram* e outras, a comunicação passou a ocorrer de maneira rápida, descentralizada e globalizada. A conversação em rede, nesse sentido, tornou-se um fenômeno central na análise das dinâmicas sociais contemporâneas.

Recuero (2014) propõe uma reflexão sobre como a conversação no ciberespaço simula, em muitos aspectos, a conversação oral, o que nos traz pistas do funcionamento do nosso objeto de pesquisa. A comunicação nas redes sociais é múltipla e espalhada, envolvendo a participação de vários atores e gerando novas apropriações conforme os usuários utilizam diferentes ferramentas de comunicação. A autora destaca que essas práticas são constantemente alteradas e renegociadas pelos usuários, o que leva à criação de novas convenções e formas de expressão. Assim, os usuários não apenas utilizam as redes sociais, mas também aprendem a conversar em rede, adaptando-se às novas dinâmicas de interação proporcionadas

pelo ambiente digital, fato que contribuiu significativamente para a visibilidade do nosso objeto de pesquisa.

Ainda de acordo com Recuero (2014), cada grupo social desenvolve suas próprias práticas conversacionais. Em nosso caso, vamos observar a movimentação dos fãs de telenovelas turcas. Essas práticas podem variar dentro de uma mesma plataforma. Isso significa que as interações de um grupo em uma rede social podem ser muito diferentes das interações de outro grupo, mesmo que ambos utilizem a mesma ferramenta de comunicação. Essas particularidades refletem as identidades e as normas sociais de cada grupo, demonstrando que o ambiente digital não é um espaço homogêneo, mas sim um lugar de diversidade e pluralidade de vozes.

Um aspecto importante da conversação mediada pelo computador é que a maior parte das interações ocorre através de textos, mesmo com o advento de novas tecnologias que permitiram a comunicação por áudio e vídeo. Redes sociais como o X exemplificam essa dinâmica textual, onde os usuários criam discursos por meio de palavras, muitas vezes improvisando soluções para a ausência de elementos da conversação oral, como tom de voz e gestos. Recuero (2014) explica que essas ferramentas de comunicação foram apropriadas pelos usuários para incluir novos significados e contextos. Por exemplo, o uso de “@” no X como uma forma de direcionar o discurso a um interlocutor específico ou o uso de *hashtags* para categorizar e direcionar a atenção, são apropriações coletivas que surgiram das limitações técnicas da plataforma.

O ciberespaço, então, pode ser visto como um novo ambiente de conversação, onde rituais e práticas são constantemente renegociados. Segundo Recuero (2014), esse ambiente não é apenas um espaço técnico, mas também um espaço social, moldado pelas interações e pela participação ativa dos usuários. As ferramentas digitais não só fornecem os meios para a comunicação, mas também influenciam a maneira como as conversações são estruturadas e apropriadas pelos grupos sociais. A tecnologia, assim, direciona certas interações, enquanto os aspectos culturais e sociais ultrapassam os limites técnicos, criando novos modos de conversar e interagir.

Ainda para Recuero (2014) o ciberespaço é um espaço relacional, no qual emergem interações complexas entre dados, suas representações gráficas, os fluxos de informação e as interações dos indivíduos. Isso implica que o ambiente digital não é estático, mas está em constante transformação, moldado pelas conversas que nele acontecem.

Recuero (2014) ressalta ainda que outro fator importante na conversação em rede é a mediação. A mediação tecnológica permite gravar, transformar e replicar a informação, o que altera profundamente a natureza da conversação digital. Diferente da comunicação oral tradicional, em que a interação é momentânea e efêmera, no ciberespaço as conversas podem ser documentadas e revisitadas, criando possibilidades de interpretação e ação.

A autora aponta que, no ambiente digital, a presença dos interlocutores não é sempre explícita. A invisibilidade das audiências e o anonimato gerado pela mediação são características que distinguem a conversação em rede da conversação oral. Essa invisibilidade cria uma nova dinâmica de interação, em que os participantes podem construir suas identidades de forma diferente do que fariam em um encontro cara a cara. Recuero (2014) argumenta que essa construção de identidade é fundamental para a visibilidade e para a própria estruturação da conversação no ciberespaço.

Ainda de acordo com a autora, a linguagem escrita no ambiente digital também passou por uma transformação significativa. Inicialmente, as ferramentas de comunicação mediadas pelo computador suportavam apenas a comunicação escrita, o que levou os usuários a adaptarem a linguagem para suprir a ausência de elementos não verbais. Foi nesse contexto que surgiram os primeiros *emoticons*, que servem para simular expressões faciais, além do uso de onomatopeias e de repetições de letras para imitar a prosódia da fala. Essas adaptações fazem parte do processo de "oralização" da escrita no ambiente digital, em que os usuários buscam aproximar o texto escrito da comunicação oral. A informalidade da linguagem e o uso de abreviações são outras características que reforçam essa tentativa de replicar a fala no ambiente virtual.

A conversação em rede, assim, é um fenômeno complexo, em constante mudança, que mistura elementos da fala e da escrita. Como Recuero (2014) explica, os diferentes tipos de conversação — síncrona e assíncrona — raramente se apresentam de forma pura no ciberespaço, uma vez que as ferramentas digitais permitem que as interações aconteçam em ritmos variados, com diferentes níveis de imediatismo. Dessa maneira, as redes sociais configuram um novo espaço simbólico, onde os usuários constroem práticas conversacionais que refletem suas identidades e seu contexto social, adaptando as ferramentas digitais às suas necessidades de comunicação. Com base em Recuero (2014), podemos compreender como as redes sociais se transformam em um grande espaço de interação contemporâneo, um lugar

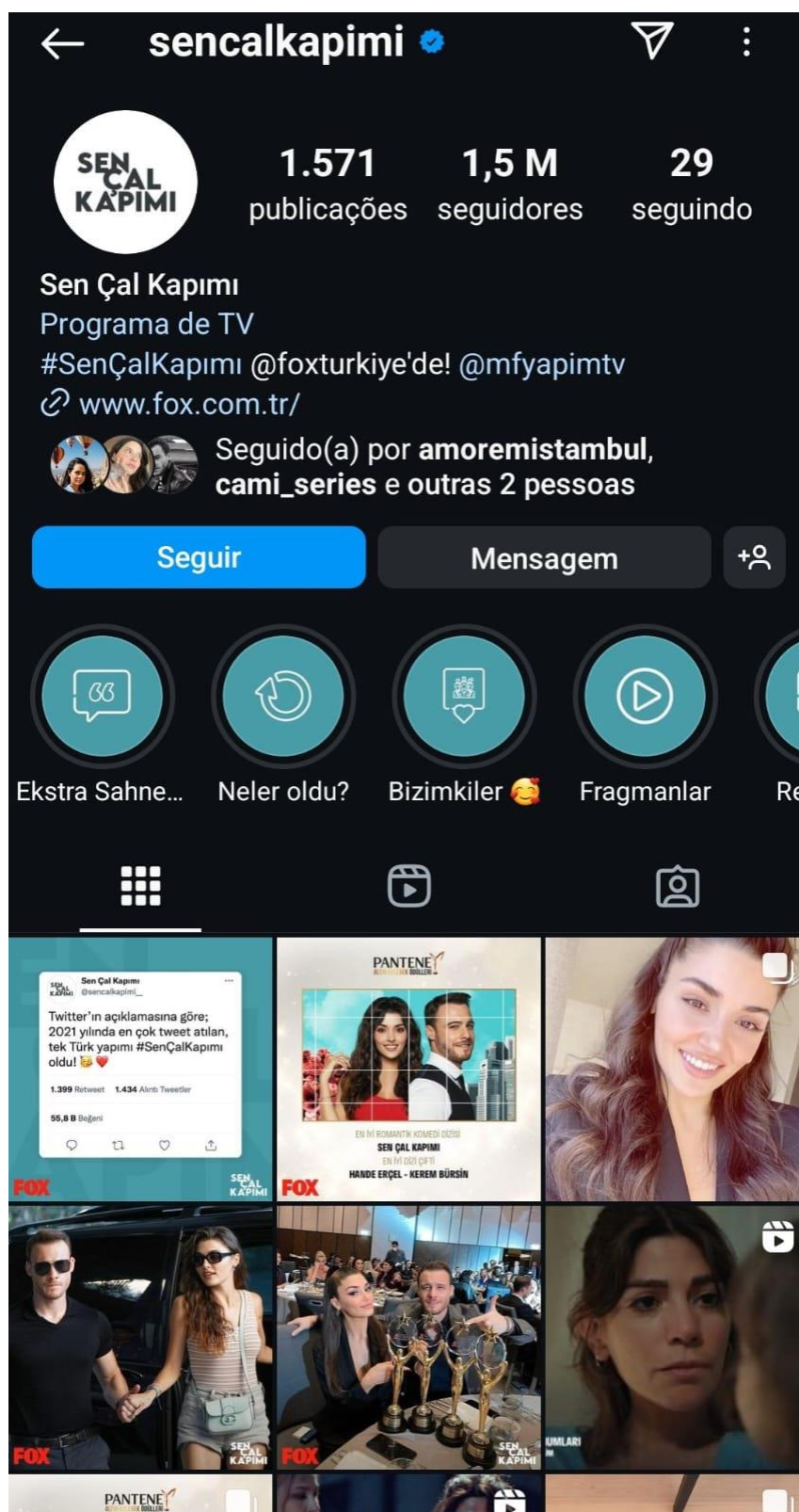
de negociação e fruição de sentidos que acaba aproximando pessoas com interesses comuns. O uso da internet e das redes sociais acaba por forjar uma cultura digital importante. No próximo tópico, seguimos na busca pela compreensão pelas formas de interação nas redes sociais.

3.2 A IMPORTÂNCIA DOS *FANDOMS* NA CULTURA DE CONVERGÊNCIA

De acordo com Henry Jenkins (2009), o conceito de *fandom* está diretamente relacionado às estruturas sociais e práticas culturais que se formam em torno de propriedades midiáticas, onde os fãs desempenham um papel crucial no sucesso de produtos culturais, por meio das redes sociais. *Fandoms* são a base de uma cultura participativa, na qual a interatividade e a convergência midiática moldam a maneira como conteúdos são consumidos e produzidos. Para o autor, os fãs não são apenas consumidores, mas participantes ativos na criação e disseminação de conteúdo. A popularização das plataformas digitais, como as redes sociais, ampliou essa participação, permitindo que os fãs se tornassem criadores de conteúdo, ampliando o universo de suas produções favoritas.

No contexto das *dizis* turcas, como *Sen Çal Kapımı*, os *fandoms* desempenham um papel vital. Essas produções televisivas, inicialmente restritas ao público local, ganharam notoriedade global graças ao trabalho dos fãs (figura 10), que, por meio da criação de legendas, compartilhamento de conteúdo e interações em redes sociais, tornaram essas séries acessíveis a uma audiência internacional.

Figura 10 – Impressão de tela: Perfil oficial de SÇK no *Instagram*



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

O fenômeno do *fansubbing* – a tradução e legenda amadora realizada pelos fãs – é um exemplo claro de como os *fandoms* podem quebrar barreiras linguísticas e

culturais. Segundo Santos e Silva (2014), essa prática surgiu no Brasil como uma resposta à limitada disponibilidade de conteúdos estrangeiros no país, especialmente séries e filmes.

Os *fandoms* contemporâneos funcionam como comunidades organizadas, nas quais a produção de conteúdo vai além da simples apreciação das obras. *Fanarts*, *fanfics*, *trailers* alternativos e até vídeos de reação são produzidos e compartilhados em plataformas como *YouTube*, *X* e *Facebook* (figura 11). Essas manifestações artísticas e culturais são parte de um movimento de ressignificação do conteúdo original, onde os fãs reinterpretam e reimaginam cenas e personagens, criando novas narrativas que refletem suas próprias emoções e interpretações. O *fandom*, é um espaço de produção cultural coletiva, onde os fãs se tornam uma força poderosa na continuidade e no sucesso das obras, fato que ajuda a explicar a crescente circulação de conteúdos como os relativos às novelas turcas.

Figura 11 – Impressão de tela: Grupo no *Facebook* de *Fandom* de Novelas Turcas



Fonte: *Printscreen grupo facebook* (2024).

No caso de *Sen Çal Kapımı*, essa participação é evidente. Os fãs não apenas discutem sobre os episódios nas redes sociais, mas também promovem campanhas, *hashtags* e até tentam influenciar o enredo da série. O conceito de convergência de Jenkins (2009) se aplica aqui fortemente, pois a história, os personagens e o

marketing da série, não estão confinados a uma única plataforma de mídia. Ao contrário, os fãs expandem o universo da série para múltiplas plataformas, sendo acolhidos e até mesmo cortejados pelos produtores, que veem nessas comunidades um potencial de engajamento valioso.

Outro ponto relevante no estudo dos *fandoms* é o impacto das *fanactions* no sucesso de séries como *Sen Çal Kapımı*. Os fãs mobilizam-se para manter a série relevante, especialmente em momentos críticos, como o período de avaliações de audiência. De acordo com Ferreira (2018), as redes sociais têm sido uma ferramenta crucial para realizar este tipo de mobilização. Fãs ao redor do mundo unem forças para promover a série, garantindo que ela permaneça em evidência, o que é fundamental para garantir sua longevidade em uma indústria televisiva altamente competitiva, onde o cancelamento é uma ameaça constante.

Ainda segundo Ferreira (2018), essa cultura participativa também rompe com o paradigma tradicional de que a produção de conteúdo é um privilégio exclusivo dos conglomerados midiáticos. Os *fandoms* permitem que fãs se tornem produtores de conteúdo, expandindo o universo narrativo original de maneiras que os criadores jamais imaginariam. Isso é exemplificado na criação de *fanfictions*, vídeos paródicos e até campanhas de marketing independentes. Os *fandoms* não apenas consomem; eles reinventam e reinterpretem o que consomem, criando uma nova camada de significados e interpretações.

Além disso, os *fandoms* desempenham um papel importante no ativismo digital. No caso de *Sen Çal Kapımı*, a busca por visibilidade global da série levou os fãs a organizarem ações como campanhas no X para promover *hashtags* que alcançassem os *trending topics* da plataforma. Ana Clara Gato (2021) discute como esses movimentos não só ampliam a visibilidade da série, mas também demonstram a força do *fandom* como uma comunidade unida e mobilizada. Esse tipo de engajamento ultrapassa as fronteiras virtuais, gerando impacto tanto no sucesso comercial da série quanto na forma como ela é recebida pelo público internacional.

A análise de Jenkins (2009, p. 188) no livro *A Cultura da Convergência* é essencial para entender a transformação do papel dos fãs na produção de conteúdo televisivo. Ele destaca que a televisão, que antes operava em um modelo de "hora marcada", evoluiu para uma "televisão de envolvimento". Essa mudança permitiu uma interação mais profunda entre fãs e o conteúdo que consomem, particularmente em produções com múltiplas plataformas. Jenkins (2009, p. 188) observa que essa

"televisão de envolvimento" não apenas envolve a audiência, mas ativa os fãs, permitindo que eles interajam com as narrativas em diferentes meios, como quadrinhos, jogos e redes sociais.

No contexto de novelas, os mecanismos de narrativa transmídia possibilitam que os fãs se envolvam ainda mais com o universo ficcional. A criação de conteúdos como quadrinhos, livros e *podcasts* oferece novas perspectivas, mantendo o engajamento sem comprometer o entendimento dos espectadores casuais. Dessa maneira, o *fandom* não só consome, mas também contribui ativamente para a produção e expansão do conteúdo.

Por fim, Jenkins (2009) também discute a relação entre *fandom* e pirataria, destacando como os fãs de anime desempenharam um papel essencial na disseminação e popularização do conteúdo japonês no Ocidente. Esse envolvimento proativo, através de legendagem e distribuição, permitiu que as empresas percebessem o potencial econômico e cultural dos *fandoms*. No contexto das novelas, os *fandoms* funcionam da mesma maneira, promovendo conteúdo e experimentando novas formas de engajamento, o que influencia diretamente na maneira como as empresas moldam suas narrativas e estratégias de distribuição.

Com base no que foi exposto neste tópico, percebemos que nas redes sociais, os fãs no contexto da cultura digital se organizam em *fandoms*, espaços de interação nos quais, por meio de ferramentas digitais, eles produzem sentidos e geram visibilidade dos conteúdos. Nessa perspectiva, no próximo tópico, voltamos para a compreensão do ato de *shippar*, uma dessas ferramentas digitais que são essenciais na disseminação das novelas turcas no Brasil e no mundo.

3.3 FÃS E O USO DO TERMO SHIPPAR

Ser fã, em seu conceito mais básico, significa ter uma intensa apreciação por uma obra ou personalidade, mas o papel do fã na cultura contemporânea vai muito além de simples admiração (Gato, 2021). O fã, atualmente, é visto como alguém que investe um nível significativo de afetividade em um produto cultural, transformando essa relação em uma parte crucial de sua identidade. Esse envolvimento emocional não se limita ao consumo passivo; os fãs se tornam agentes ativos na promoção e ampliação do conteúdo que amam, assumindo papéis como produtores de conteúdo,

influenciadores de mercado e, em alguns casos, até colaboradores na narrativa das obras.

Quando analisamos o fenômeno das *dizis* turcas, como *Sen Çal Kapımı*, fica evidente que os fãs desempenham um papel essencial na disseminação e popularização dessas produções fora da Turquia. A internet, especialmente as redes sociais, possibilitou que os fãs superassem barreiras linguísticas e geográficas, promovendo uma verdadeira globalização do conteúdo. As práticas de legendagem amadora, conhecidas como *fansubbing*, como comentado anteriormente, são fundamentais nesse processo. Sá Martino (2018) aponta que, embora tecnicamente ilegais, essas legendas são indispensáveis para o sucesso internacional de produções que, de outra forma, permaneceriam limitadas ao público local. No Brasil, essas legendas amadoras viabilizam o acesso de fãs a séries que não são transmitidas por emissoras nacionais ou plataformas de *streaming* comerciais.

Além de disseminar conteúdo, os fãs modernos também se envolvem em práticas de produção e participação ativa. As comunidades de fãs criam uma variedade impressionante de conteúdos, desde *fanarts* e *fanfics* até vídeos de paródia e análises críticas. Essas criações não apenas refletem o amor pela obra, mas também expandem e ressignificam o universo dessa obra. Por exemplo, ao criar *fanfics*, os fãs podem explorar tramas alternativas, muitas vezes abordando temas que não foram discutidos no enredo original. Isso demonstra o poder criativo dos fãs, que agora não são apenas espectadores passivos, mas colaboradores ativos na construção do significado cultural da obra.

No caso de *Sen Çal Kapımı*, a produção de conteúdos pelos fãs é amplamente visível. Os fãs dedicam tempo e esforço para criar materiais que refletem sua interpretação e carinho pela série, desde vídeos musicais até teorias sobre o futuro dos personagens. Essa interação constante com a obra exemplifica o conceito de "cultura participativa" discutido por Jenkins (2009), no qual o fã se torna um agente que molda a maneira como a obra é percebida e disseminada. Os fãs utilizam as redes sociais não apenas para debater, mas também para influenciar o enredo da série e promover discussões sobre as mensagens implícitas da trama.

A relação entre fãs e produtores de conteúdo também mudou consideravelmente. As empresas de mídia agora reconhecem o valor do engajamento dos fãs e muitas vezes adaptam suas estratégias de marketing para incluir essas comunidades. Em *Sen Çal Kapımı*, os fãs não apenas assistem à série; eles discutem,

promovem e até influenciam os rumos dos seus personagens preferidos. Essa interação exemplifica como as obras de mídia são consumidas atualmente e como os fãs se tornaram peças vitais no processo de produção cultural.

Assim, o fã contemporâneo transcende o papel tradicional de consumidor. Ele se torna um criador, um curador e, em muitos casos, um colaborador ativo no sucesso da obra. Pontes e Lopes (2016) apontam que o comportamento dos fãs pode ser dividido em diferentes níveis de engajamento, mas o que une todos é a paixão e o desejo de participar ativamente da construção e promoção da obra que amam. Nesse contexto, o fã não é mais apenas um indivíduo isolado em busca de conexão; ele faz parte de uma comunidade maior que, através de suas ações, redefine o que significa ser fã na era da convergência midiática.

Nos universos de ficção, seja em livros, filmes, séries ou novelas, os fãs frequentemente se afeiçoam a determinados casais, desejando que eles se envolvam romanticamente. Desde os casais mais icônicos, como Romeu e Julieta, de William Shakespeare, até casais do cinema como Jack e Rose, de *Titanic* (1997), o público cria um forte laço emocional com essas duplas fictícias. No entanto, essa prática ganhou um novo nome e um novo significado no contexto contemporâneo: o ato de *shippar* um casal, que teve um papel importante na disseminação das novelas turcas no Brasil.

Nos seriados, o fenômeno do *ship* começou na década de 1990 com os fãs de *Arquivo X* (Pontes; Santos, 2016). A série, centrada nos agentes do FBI Dana Scully e Fox Mulder, investigava fenômenos paranormais. Embora a trama girasse em torno de mistérios não resolvidos, muitos fãs começaram a torcer para que Scully e Mulder tivessem um relacionamento romântico. De acordo com páginas de fãs na *web*, foi nessa época que o termo *ship* e *shipper* começaram a ser usados para se referir aos casais fictícios e seus fãs. Embora não haja confirmação absoluta de que isso começou com *Arquivo X*, a teoria é amplamente aceita pelos fãs de seriados, especialmente pelos de *Arquivo X*.

O termo *shippar* começou a ser amplamente usado para expressar o desejo de que dois personagens fictícios tivessem um relacionamento romântico. Christine Woolley, em seu artigo *Visible Fandom: Reading The X-Files Through X-Philes* (2001), explica que os fãs de *Arquivo X* estavam divididos entre aqueles que queriam ver Mulder e Scully juntos e aqueles que achavam que não havia necessidade de romance na série. Esse segundo grupo se autodenominava *No Romo* (sem romance). Assim,

além de criar o conceito de *ship*, *Arquivo X* também deu origem ao primeiro conflito dentro de um *fandom* sobre um casal, algo que se tornaria comum nos anos seguintes.

Outros *ships* icônicos surgiram nos seriados das décadas seguintes, como Ross e Rachel (Roschel), de *Friends* (1994-2004), que deixaram os fãs angustiados ao longo de toda a série até finalmente ficarem juntos no episódio final. Buffy e Spike, de *Buffy, A Caça-Vampiros* (1997-2003), não tiveram um final feliz, frustrando muitos fãs. Contudo, o conceito de unir os nomes dos personagens para nomear casais não era comum na década de 1990. Isso só começou em 2005, com a união dos atores Brad Pitt e Angelina Jolie, nomeados pela mídia como "Brangelina". Essa fusão de nomes rapidamente se tornou uma tendência nas redes sociais e, a partir daí, começou a ser aplicada a casais de séries de TV também.

Com a popularização das redes sociais, como *Facebook*, *X* e *Tumblr*, os *fandoms* organizados cresceram em escala e sofisticação. Os fãs passaram a se reunir em espaços virtuais para discutir seus *ships*, compartilhar teorias e expressar seu apoio aos casais que amavam. Essa expansão permitiu que fenômenos como o *shipwar* (guerra de *ships*) surgissem, em que grupos de fãs debatiam fervorosamente sobre qual casal era o melhor. Um exemplo notável é o *fandom* de *The Vampire Diaries* (2009), onde os fãs se dividiram entre os que torciam para Delena (Damon e Elena) e Stelena (Stefan e Elena), gerando muitos conflitos online.

O fenômeno de *shippar* tornou-se tão influente que ultrapassou as barreiras da ficção e agora também se aplica a casais da vida real, como "Brumar" (Bruna Marquezine e Neymar). A prática se expandiu para incluir casais famosos e até mesmo pessoas comuns. A partir desse ponto, o fenômeno de *shippar* passou a ser uma parte importante da cultura digital, transformando a forma como os fãs interagem com as obras de ficção e os personagens que amam.

Os *ships* envolvendo Hande Erçel e Kerem Bürsin (Eda e Serkan em *Sen Çal Kapımı*) e Can Yaman e Demet Özdemir (Can e Sanem em *Erkenci Kuş*) são dois dos mais fervorosos e populares no universo dos dramas turcos, atraindo uma legião de fãs que acompanha com entusiasmo tanto as tramas fictícias quanto às interações dos atores fora das telas. Em *Sen Çal Kapımı*, o romance entre Eda e Serkan (EdSer) conquistou o público com sua química palpável e momentos intensos, fazendo com que muitos fãs *shipassem* também Hande e Kerem na vida real, ainda mais porque eles realmente namoraram fora das telas. O mesmo fenômeno ocorreu em *Erkenci Kuş*, onde a dinâmica divertida e apaixonante entre Can e Sanem (Canem) inspirou

os espectadores a torcerem para que Can e Demet formassem um casal na vida real. Esses *ships* extrapolam o enredo das séries, criando comunidades online dedicadas e discussões apaixonadas que refletem o envolvimento emocional dos fãs com os casais fictícios e seus intérpretes. Essa prática, além de fortalecer a popularidade das séries, gera um impacto significativo na cultura de fãs, revelando como a audiência investe afetivamente nas histórias e nas possíveis relações dos atores na vida real.

3.4 A CIRCULAÇÃO NAS REDES SOCIAIS DAS TELENOVELAS TURCAS

Para este trabalho, entendemos perfis de fãs como aqueles dedicados a informar outros fãs sobre os acontecimentos relacionados ao objeto de interesse, sendo reconhecidos como propagadores de informações confiáveis. São fãs que dedicam seu tempo a manter outros fãs informados sobre os acontecimentos, atuando como uma fonte confiável. A dinâmica desses perfis varia de objeto para objeto e de mídia para mídia. Ao nos aprofundarmos no universo de *Sen Çal Kapimi*, que será mais explorada no próximo capítulo, percebemos que a popularidade da novela transcende a tela da TV, alcançando uma presença marcante nas redes sociais, especialmente no *Facebook*, no *Youtube*, no *X*, no *Telegram*, no *Instagram*.

O envolvimento no entretenimento e diversão formados na relação entre produtoras e fãs, bem como os laços afetivos cultivados na internet pela relação fãs/comunidades, foi e ainda é o grande combustível para o estrondoso sucesso de *Sen Çal Kapimi* no ocidente e em seu próprio país. Percebemos que essa conexão é visível nos perfis dedicados a informar outros fãs sobre os acontecimentos relacionados à novela, tornando-se fontes confiáveis de informações.

3.4.1 *Telegram*

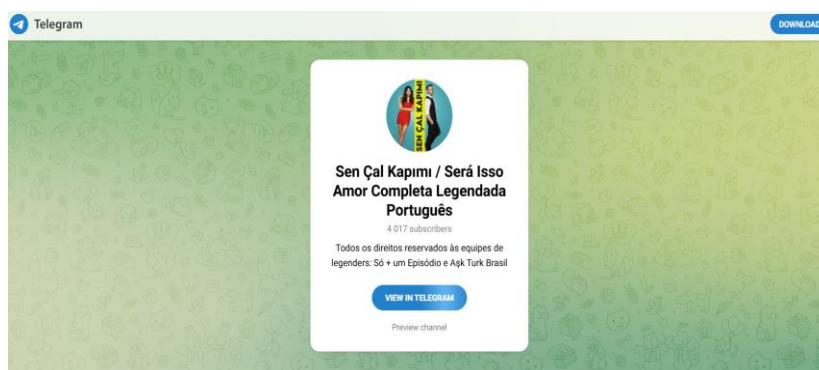
O *Telegram* emergiu como o principal meio de divulgação e consumo das *dizis* legendadas em português, com destaque para produções como *Sen Çal Kapimi*. Sua importância reside no fato de ser um aplicativo de mensagens instantâneas amplamente utilizado e de fácil acesso, permitindo *links* diretos para canais específicos ou busca direta no próprio aplicativo. A grande vantagem do *Telegram* está na criação de canais dedicados à distribuição dos conteúdos das *dizis*, muitas vezes administrados por equipes de fãs.

Esses canais não apenas disponibilizam os episódios legendados gratuitamente, mas também oferecem um espaço para debates e interações entre os fãs da produção. Não são todos os canais que liberam os episódios para *download* ou para assistir gratuitamente, alguns cobram uma taxa de R\$ 20,00 para receber toda a série legendada no próprio aplicativo ou por um acesso do *link* de um *Google Drive*.

É importante destacar que esses canais são criados e gerenciados pelos próprios fãs da *dizi*, que se dedicam ao trabalho de tradução e edição dos materiais, mesmo que de forma não profissional. Esses esforços permitem que os fãs tenham acesso aos episódios e *teasers* de forma gratuita, contribuindo significativamente para a disseminação e popularização das produções turcas, como *Sen Çal Kapımı*.

Portanto, o *Telegram* (figura 12) desempenha um papel crucial na divulgação e no consumo das *dizis* legendadas em português, proporcionando uma experiência de entretenimento acessível e envolvente para os fãs brasileiros. Vale ressaltar que não há distinção entre os participantes dos grupos no *Telegram*; uma pessoa pode fazer parte de um ou participar de ambos. Apesar da ascensão recente do *Telegram*, ele continua sendo a plataforma principal para o consumo das produções turcas.

Figura 12 – Impressão de tela: Canal *Telegram*



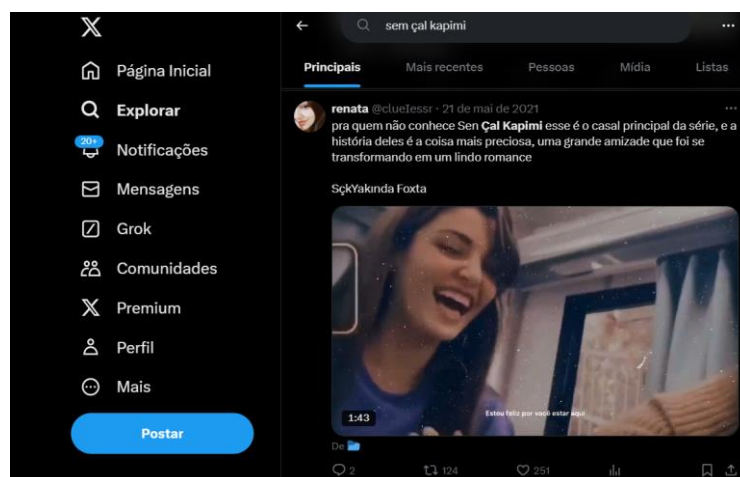
Fonte: *Printscreen* tela canal *Telegram* (2024).

3.4.2 X

Sen Çal Kapımı não apenas conquistou corações ao redor do mundo com sua trama envolvente e personagens cativantes, mas também se tornou um fenômeno nas redes sociais, especialmente no antigo *Twitter*. A novela turca atingiu marcos impressionantes na plataforma, destacando seu impacto cultural e a paixão de seus fãs. Durante a exibição do episódio final, em 8 de setembro de 2021, *Sen Çal Kapımı*

atingiu mais de 8 milhões de menções no X, superando o recorde anteriormente detido pela premiada série *Game of Thrones* (Safner, 2022). Esse feito é uma prova do engajamento massivo e da dedicação dos fãs da novela.

Figura 13 – Impressão de tela: Perfil no X que traz vídeos da novela



Fonte: *Printscreen X* (2024).

3.4.3 Instagram

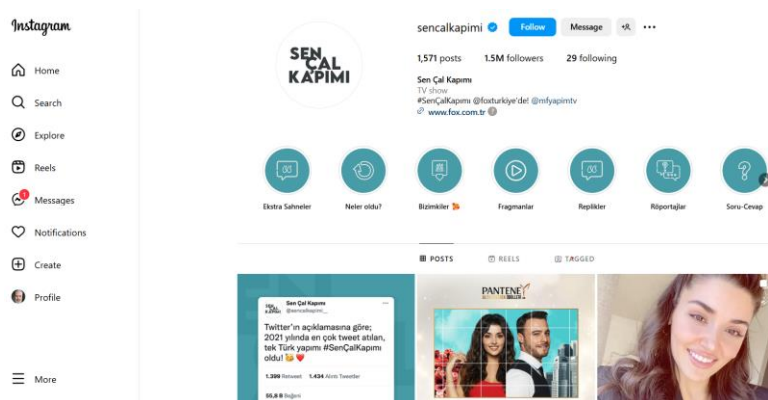
O sucesso de *Sen Çal Kapimi* não se restringe apenas às telas da televisão; a novela também deixou uma marca significativa no *Instagram*, onde fãs de todo o mundo se reúnem para compartilhar e celebrar sua paixão pela série.

O *Instagram* (figura 14) desempenha um papel essencial na construção e manutenção da comunidade de fãs de *Sen Çal Kapimi*. A plataforma oferece um espaço visual e interativo onde os fãs podem compartilhar imagens, vídeos, memes, *fanarts* e stories relacionados à novela, criando um fluxo constante de conteúdo que alimenta o entusiasmo em torno da série.

Através de *hashtags* como *#SenÇalKapimi* e *#EdaSerkan*, os usuários podem acompanhar atualizações sobre os personagens, episódios e bastidores, além de interagir com outros fãs e até com os próprios atores, que frequentemente compartilham conteúdos exclusivos e interagem com a base de fãs. O *Instagram* também tem sido uma plataforma chave para o lançamento de vídeos promocionais, *teasers* e entrevistas, proporcionando aos seguidores uma conexão mais íntima com o enredo e os bastidores da produção. Esse engajamento visual e direto contribui para

a fidelização dos fãs e para o fortalecimento da relação entre a série e seu público global.

Figura 14 – Impressão de tela: Perfil oficial de SÇK no *Instagram*



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

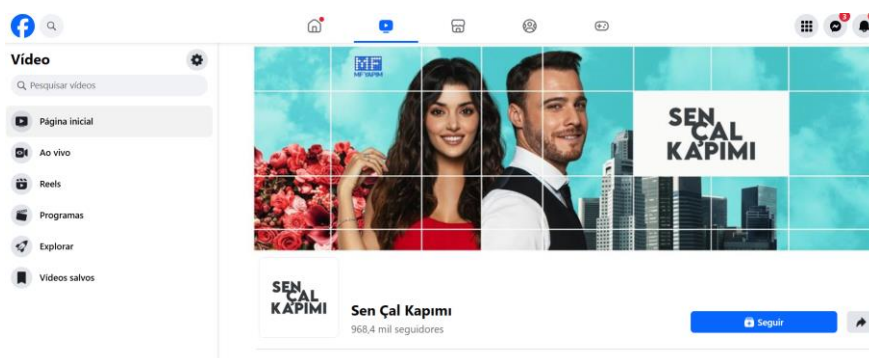
3.4.4 Facebook

No *Facebook*, *Sen Çal Kapımı* encontrou uma ampla base de fãs, com páginas e grupos dedicados exclusivamente à série, onde os fãs se reúnem para discutir episódios, compartilhar notícias, especular sobre o futuro da trama e se conectar com outras pessoas que compartilham o mesmo interesse.

A rede social permite uma interação mais profunda, com postagens longas e debates em grupo, o que incentiva uma troca de ideias mais estruturada e o fortalecimento do vínculo emocional com a história e os personagens. Além disso, o *Facebook* (figura 15) oferece uma plataforma para que as produções turcas promovam eventos ao vivo, como entrevistas com os atores, transmissões de bastidores e outros conteúdos exclusivos, criando uma experiência de comunidade ainda mais rica e participativa.

Grupos de fãs também servem como um ponto de encontro para discussões sobre a série e a cultura turca em geral, aumentando a visibilidade de *Sen Çal Kapımı* para um público mais amplo e diverso.

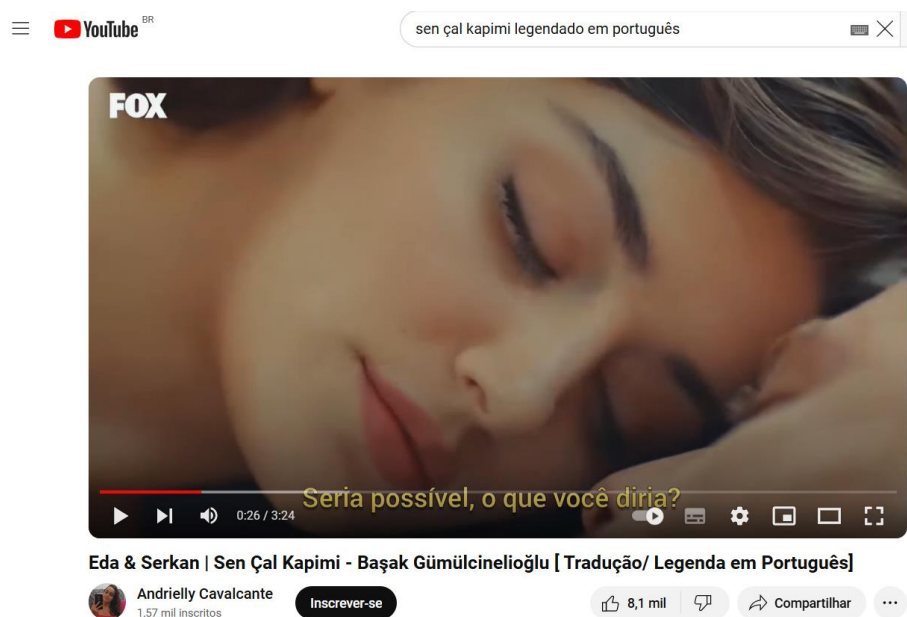
Figura 15 – Impressão de tela: Perfil oficial de SÇK no Facebook



Fonte: *Printscreen Facebook* (2024).

3.4.5 YouTube

Figura 16 – Impressão de tela: Canal no Youtube que traz momentos românticos do casal com a música tema



Fonte: *Printscreen Youtube* (2024).

No *YouTube*, *Sen Çal Kapımı* tem conquistado um grande público, com vídeos que vão desde *trailers* e clipes de episódios até análises detalhadas e resumos da trama. Os fãs, tanto os criadores de conteúdo quanto os espectadores, têm utilizado a plataforma para expressar seu amor pela série, compartilhando teorias, comentários e análises sobre os personagens e o enredo.

Desde seu lançamento em 2020 no canal *Fox* da Turquia, *Sen Çal Kapımı* rapidamente se tornou um fenômeno tanto no país quanto no exterior. O primeiro

capítulo, totalmente em turco e sem legendas, disponível no *YouTube*, acumulou mais de 41 milhões de visualizações, tornando-se o episódio mais assistido entre os cinquenta e dois lançados (Freitas; Chaves, 2023).

Os vídeos de fãs, como as edições de cenas favoritas, compilações de momentos românticos entre Eda e Serkan, principalmente aqueles que colocam ao fundo a música tema da novela ou músicas brasileiras, criam uma conexão ainda mais próxima entre o público brasileiro e os personagens. As reações a episódios também tem um grande número de visualizações, o que reflete o engajamento ativo da comunidade.

O *YouTube* também é um meio importante para os fãs acessarem episódios legendados, além de ser uma plataforma onde é possível encontrar entrevistas exclusivas com o elenco e outras informações sobre o andamento da novela. Assim, a plataforma contribui significativamente para a construção de uma comunidade global, permitindo que os fãs se conectem e compartilhem suas experiências de forma interativa e acessível.

Esses marcos mostram como *Sen Çal Kapımı* transcendeu as fronteiras tradicionais da televisão, criando uma comunidade global de fãs que utilizam as redes sociais para compartilhar suas emoções, teorias e reações em tempo real. A novela não só capturou a imaginação de seus espectadores, mas também redefiniu o engajamento dos fãs na era digital.

Chegamos ao final deste terceiro capítulo, que teve como objetivo acionar o nosso referencial teórico por meio dos conceitos de conversação nas redes sociais, fãs, *fandoms* e *shippagem*. A discussão aqui realizada nos traz importantes subsídios que serão acionados no momento de nossa análise. No próximo capítulo, nos propomos a examinar as produções audiovisuais turcas, em especial as telenovelas, que, como vimos ao longo deste trabalho, vêm conquistando fãs não apenas no Brasil, mas em outras partes do mundo.

4. AS NOVELAS TURCAS NO BRASIL E O CONTEXTO NARRATIVO DA NOVELA *SERÁ ISSO AMOR?*

No capítulo anterior, lançamos um olhar sobre o contexto midiático que favorece a popularização das novelas turcas no Brasil, fato que ocorre a partir da circulação deste objeto nas redes sociais. Nosso objetivo neste capítulo é investigar, ainda que rapidamente, o potencial crescente das novelas turcas no cenário brasileiro, tentando compreender como esta indústria vem se desenvolvendo na Turquia e como a cultura e as belas imagens do país contribuem para a globalização cada vez mais crescente das novelas turcas.

4.1 NOVELAS TURCAS NO BRASIL

Nos últimos anos, a Turquia emergiu como um centro de produção televisiva internacional (Freitas; Chaves, 2023), tornando-se o segundo maior exportador mundial de novelas, atrás apenas dos Estados Unidos. Cerca de 150 séries turcas já foram vendidas para 146 países, alcançando uma audiência estimada de 600 milhões de espectadores em quatro continentes (Freitas; Chaves, 2023). Esse fenômeno tem contribuído significativamente para a *soft power* turco, promovendo a cultura e melhorando a imagem do país no exterior, especialmente em regiões tradicionalmente ligadas a conflitos e tensões políticas.

As novelas turcas, ou *dizis*, têm conquistado uma audiência global, desde a América Latina até o Oriente Médio e os Balcãs. Sua popularidade se deve a histórias de amor intensas, retratadas por atores e atrizes carismáticos e ambientadas em cenários deslumbrantes, como o Estreito de Bósforo e palácios históricos. Além disso, essas produções se destacam por um estilo dramático que combina uma narrativa lenta e emocional, elevando o suspense e o envolvimento do público. Essas características, aliadas a uma produção de alta qualidade, criaram uma base de fãs leal em várias partes do mundo.

Em muitos desses países, como no Oriente Médio, as novelas turcas chegaram a superar produções locais em audiência, como foi o caso de *Gümüş* (conhecida como *Noor*), cujo episódio final foi assistido por 85 milhões de pessoas na região (Sacchitiello, 2024). Além disso, a série se tornou um dos principais motores de atração turística, com fãs visitando as locações de filmagem em Istambul.

Esse mercado externo também influencia diretamente a forma como as novelas são feitas. Apesar de serem destinadas inicialmente ao público turco, a possibilidade de exportação incentiva os produtores a adaptarem o conteúdo para mercados internacionais, mantendo uma linha narrativa mais conservadora e familiar. Isso inclui a quase ausência de cenas de nudez, violência explícita e o uso de álcool ou cigarro, elementos que tornaram as produções mais difíceis de serem aceitas em determinados mercados, especialmente no Oriente Médio e na Ásia.

O governo turco tem capitalizado no sucesso das novelas como uma ferramenta de diplomacia cultural. Mehmet Nuri Ersoy, ministro da Cultura e Turismo da Turquia (Mourenza, 2020), destacou que o crescente interesse pelas novelas turcas contribui para aumentar a visibilidade do país no exterior e promover o turismo. Desde que essas produções começaram a ser exibidas na América Latina, as visitas de brasileiros, argentinos e mexicanos à Turquia aumentaram significativamente, com um crescimento de 35% no turismo vindo desses países.

Além disso, as novelas têm ajudado a suavizar as relações diplomáticas em regiões que antes viam a Turquia com desconfiança, como os Balcãs, que faziam parte do antigo Império Otomano (Mourenza, 2020). Essa popularidade também trouxe benefícios econômicos indiretos, com a *Turkish Airlines* expandindo suas rotas e aumentando o fluxo de visitantes para o país.

No entanto, nem tudo são flores no universo das novelas turcas. As restrições impostas pelo governo islâmico de Recep Tayyip Erdogan têm afetado a liberdade criativa dos roteiristas e diretores, com censuras que incluem a limitação da duração de cenas de beijo e a proibição de determinados temas sensíveis. Multas pesadas são aplicadas a canais que desrespeitam essas regras, e algumas produções mais ousadas optam por migrar para plataformas de *streaming*, como a *Netflix*, que oferece maior liberdade criativa (Mourenza, 2020).

Ainda assim, muitas produções turcas mantêm uma linha conservadora, o que facilita a sua aceitação em mercados onde há uma demanda por conteúdos menos explícitos e mais focados em valores tradicionais, como o respeito familiar e o romantismo idealizado. Esse equilíbrio entre tradição e modernidade, somado à qualidade técnica, tem sido a chave para o sucesso das novelas turcas no cenário global (Mourenza, 2020).

As novelas turcas continuam conquistando o mundo, sendo um elemento central da estratégia de influência cultural de Turquia. Enquanto atraem milhões de

espectadores globalmente, essas produções também refletem a própria sociedade turca, com suas complexas relações entre modernidade e tradição. Ao mesmo tempo, servem como uma ponte entre culturas, promovendo o país como um destino turístico e uma referência cultural. Mesmo enfrentando desafios, como a censura interna e a competição acirrada, as novelas turcas mostram que sua força no mercado internacional veio para ficar.

Em 2014, a emissora chilena *Mega* levou ao ar a produção turca *Binbir Gece* (figura 17), conhecida em espanhol como *Las Mil y Una Noches* (Chaves, 2023). A novela, transmitida originalmente na Turquia entre 2006 e 2009, narra a história de Sherazade (interpretada por Bergüzar Korel), uma jovem viúva que luta para salvar seu filho de uma doença grave. Seu filho pequeno, Kaan, sofre de leucemia e precisa urgentemente de uma cirurgia cara para sobreviver. Após tentar, sem sucesso, obter a ajuda de seus ex-sogros, Sherazade, desesperada, decide pedir um empréstimo ao seu chefe, Onur (interpretado por Halit Ergenç). Onur, no entanto, coloca uma condição cruel: ele emprestará o dinheiro, mas somente se Sherazade passar uma noite com ele.

Figura 17 – Impressão de tela: Triângulo Amoroso de *Binbir Gece*



Fonte: *Printscreen Youtube* (2024).

Essa proposta moralmente desafiadora, que traz à tona questões de poder, gênero e ética, gerou debates acalorados tanto na Turquia quanto nos países onde a série foi transmitida. O enredo central, que coloca uma mãe em uma posição de sacrifício pelo filho, apelou fortemente para o emocional do público e ajudou a novela a se tornar um enorme sucesso de audiência, tanto na Turquia quanto

internacionalmente. *Las Mil y Una Noches* foi a novela mais assistida da televisão chilena em 2014 e abriu portas para a entrada de outras produções turcas no mercado latino-americano.

As novelas turcas, chamadas de séries ou de *dizis*, diferem em muitos aspectos das produções ocidentais, especialmente no estilo de gravação. Enquanto séries e novelas brasileiras são geralmente filmadas com vários meses de antecedência, na Turquia os episódios são gravados semanalmente e exibidos logo em seguida. Isso significa que, em termos de ritmo, as produções turcas operam quase como uma produção cinematográfica a cada semana, uma vez que os episódios têm, em média, duas horas de duração. Esse formato resulta em um cronograma de trabalho extremamente exaustivo, tanto para os atores quanto para as equipes de produção.

O custo de cada episódio também é significativo: uma única hora de gravação pode custar cerca de 250 mil euros. Esses altos custos, combinados com a volatilidade do mercado de televisão turco, onde a audiência determina se uma série continuará ou será cancelada, fazem com que muitas produções terminem abruptamente. Um exemplo recente foi a novela *Sefirin Kizi* (2019), traduzida como *A Filha do Embaixador*. A atriz principal, Neslihan Atagül (figura 18), teve que deixar a produção devido a problemas de saúde, o que obrigou os roteiristas a matar sua personagem de forma repentina e reescrever o enredo para acomodar um novo interesse amoroso. Situações como essa destacam a flexibilidade e a rapidez exigidas dos roteiristas e produtores de *dizis*.

Figura 18 - Impressão de tela: Novela *A Filha do Embaixador*



Fonte: *Printscreen Youtube* (2024).

Essa relação estreita entre audiência e continuidade da trama também gera apreensão entre os fãs internacionais das *dizis*. Como muitas dessas produções são vendidas para o exterior, existe a possibilidade de que uma série seja popular em um país estrangeiro, mas não tenha o mesmo sucesso em sua terra natal, resultando em um cancelamento inesperado. De acordo com André Mourenza (2020) publicado no *site El Pais*, a Turquia produz entre 70 e 80 séries por ano, mas apenas metade delas consegue chegar ao fim de sua primeira temporada. Isso é um grande ponto de atenção para quem acompanha as produções fora da Turquia, já que o sucesso internacional de uma série não garante sua renovação.

Mesmo assim, há um “apetite” crescente pelas *dizis* no mercado internacional, incluindo o Brasil (Mourenza, 2020). Séries como *Fatmagul*, *Sıla*, *Ezel* e a própria *Las Mil y Una Noches* foram grandes sucessos na América Latina. No Brasil, a *Rede Bandeirantes* (figura 19) transmitiu várias dessas novelas turcas entre 2015 e 2019. Inicialmente, essas produções conquistaram números de audiência impressionantes, com *Fatmagul* (*A Força do Amor*) alcançando picos de cinco pontos de audiência, o que é um resultado expressivo para a TV aberta. No entanto, o interesse do público gradualmente diminuiu, levando a emissora a interromper a exibição de algumas novelas, como *Minha Vida* (título original *O Hayat Benim*). Ainda assim, as *dizis* encontraram um novo público nas plataformas de *streaming*, como o *Globoplay* e a *HBO Max*, e em comunidades de fãs que legendam e compartilham episódios em redes sociais e aplicativos de mensagens.

Figura 19 – Impressão de tela: Imagem promocional de *Fatmagul*



Fonte: *Printscreen Youtube* (2024).

O estudo de Coelho, Lira e Almeida (2021) sobre a recepção das *dizis* no Brasil revelou que o público dessas produções é, em sua maioria, mais maduro, com tendência a preferir histórias mais tradicionais e menos explícitas em termos de sexualidade. Esse público vê as séries turcas como um resgate de valores que, segundo eles, foram abandonados pelas telenovelas brasileiras modernas, como o foco nos "valores familiares" e no romantismo clássico. As novelas turcas são vistas como menos vulgares, pois quase não apresentam cenas de nudez ou sexo explícito. Em vez disso, há uma valorização dos "primeiros momentos" entre os casais protagonistas, como o primeiro beijo ou o primeiro toque.

Por outro lado, apesar de serem percebidas como mais leves, as *dizis* frequentemente apresentam cenas de violência, tanto física quanto psicológica. Em muitas delas, a violência contra a mulher, como estupros e agressões, é abordada de maneira direta, mas muitas vezes sem uma problematização mais profunda sobre o tema. Isso gera reações diversas entre o público: enquanto alguns veem a violência como parte do drama narrativo, outros optam por parar de assistir devido à falta de crítica a essas questões.

Para o público brasileiro, acostumado com o ritmo e a estética das telenovelas nacionais, a transição para as *dizis* exigiu algumas adaptações. Na Turquia, os episódios de novelas podem ter até duas horas de duração, enquanto no Brasil, o público está habituado a capítulos mais curtos, de cerca de uma hora. Assim, as emissoras e plataformas de *streaming* que exibem as produções turcas geralmente optam por dividir os episódios em capítulos menores, facilitando o consumo por parte do público brasileiro.

Essa mudança no formato, no entanto, pode levar à perda de certos "ganchos" (Gato, 2021) narrativos que são importantes para a progressão da história. Alguns fãs mais devotos preferem assistir às versões originais dos episódios, que são compartilhadas por comunidades de fãs em plataformas como *Telegram* e *YouTube*. Isso reflete um comportamento de consumo que também é observado entre os fãs de *doramas* sul-coreanos, que buscam versões integrais e sem cortes das produções.

Outro aspecto interessante das *dizis* é a crescente popularidade dos atores e atrizes turcos entre os fãs brasileiros. Nomes como Can Yaman, Demet Özdemir e Neslihan Atagül conquistaram legiões de seguidores nas redes sociais. A vinda de Can Yaman ao Brasil em 2023 causou grande comoção, com fãs lotando o Aeroporto de Guarulhos em São Paulo para receber o ator, em uma cena que lembrou a chegada

de *boy bands* como os *Backstreet Boys* nos anos 1990. Yaman, que estrelou séries como "Sr. Errado" (*Bay Yanlış*), se tornou um dos rostos mais conhecidos da teledramaturgia turca no Brasil, ajudando a consolidar ainda mais o interesse pelas *dizis* no país (Ferreira, 2024).

O apelo das produções turcas não se limita apenas às suas tramas e atores. Há também um crescente interesse pela música turca no Brasil. De acordo com dados do *Spotify*, artistas como Ilkay Sencan e Serhat Durmus têm ganhado espaço entre os ouvintes brasileiros, com suas músicas frequentemente sendo incluídas em *playlists* populares. Além disso, as trilhas sonoras instrumentais das novelas turcas, que diferem bastante das trilhas tipicamente melodramáticas das novelas brasileiras, também têm conquistado os fãs, contribuindo para uma experiência audiovisual única.

Outro reflexo do crescente interesse pela Turquia no Brasil é o aumento na demanda por produtos e experiências relacionados à cultura turca. Lojas especializadas em itens temáticos de *dizis* e produtos culturais turcos têm surgido, oferecendo desde canecas e camisetas com estampas de personagens até pacotes de viagens para Istambul, onde os fãs podem visitar os cenários das novelas. Agências de viagem de luxo começaram a oferecer pacotes personalizados que levam os fãs aos locais de gravação das *dizis*, atendendo especialmente às classes mais altas, que buscam uma experiência mais imersiva.

O impacto das *dizis* no Brasil não se restringe ao entretenimento, mas também cria oportunidades de negócios e de intercâmbio cultural. A popularidade dessas séries está promovendo uma nova onda de curiosidade sobre a cultura turca, que se reflete em diferentes áreas, desde o turismo até o consumo de produtos culturais e o aprendizado da língua turca.

As novelas turcas encontraram seu público no Brasil, especialmente entre espectadores que buscam uma alternativa às telenovelas nacionais. Embora o sucesso das *dizis* ainda seja relativamente recente, o impacto cultural que elas estão gerando pode ter efeitos de longo prazo, influenciando não apenas o mercado de entretenimento, mas também as relações culturais entre o Brasil e a Turquia.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO: CONTEXTO NARRATIVO DA TELENOVELA *SERÁ ISSO AMOR?*

De acordo com Chaves e Freitas (2023), idealizada como uma série de verão com cerca de 15 episódios, os bons números iniciais da audiência fizeram com que a primeira temporada de *Será Isso Amor?* (figura 20) fosse esticada para 39 episódios. Para manter o público interessado pela trama, que ia ao ar uma vez na semana, é comum que as emissoras liberem partes do episódio seguinte (*fragmans*), que funcionam como as chamadas das novelas brasileiras, ou seja, um pequeno resumo do que vai acontecer no próximo capítulo. Somado a isso, as emissoras liberam pequenas cenas do próximo episódio, o *Ön İzleme* (visualização), para atrair a atenção do público. No caso de *Sen Çal Kapimi*, além desses recursos, os atores começaram a produzir conteúdo para a atração, mostrando o “por trás das câmeras” e fazendo lives antes do episódio da semana ir ao ar — o que aproximou a série e o elenco dos fãs (Chaves; Freitas, 2023).

Com o total 52 episódios, *Será Isso amor?*, foi dirigida por Altan Donmez e o roteiro foi de Ayse Uner Kutlu. A trama gira em torno de elementos românticos e cômicos, explorando os desafios e aventuras vividos pelos personagens principais.

Figura 20 - Impressão de Tela: Casal de SÇK



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/668643875960281242/>. Acesso em: 07 Out. 2024.

Filmada em locações reais em Zeytinburnu e Istambul, a novela cativou uma ampla audiência com sua história envolvente e seus cenários incríveis. Algumas empresas já oferecem viagens guiadas pelos locais que mais marcaram a história do casal, como o aniversário de Serkan na escadaria ou o fundo da declaração de Serkan para Eda (figura 21). De acordo com Dizilah.com⁹, a produção ficou a cargo da empresa MF Yapim, responsável por trazer à vida os diversos aspectos do universo de *Sen Çal Kapımı*.

Figura 21 - Impressão de Tela: SÇK



Fonte: <https://ar.pinterest.com/pin/1070801248877203068/>. Acesso em: 07 Out. 2024.

Embora a comédia romântica original tenha apenas 52 episódios, a distribuidora *Madd Entertainment*¹⁰ reeditou a *dizi* para a versão internacional. Esta versão apresenta episódios mais curtos, totalizando 161, sendo 121 da primeira temporada e 40 da segunda. *Será isso amor?*, estreou oficialmente na *Fox* em 8 de

⁹ *Sen Çal Kapımı* (*Love Is In The Air*). Disponível em: <https://dizilah.com/show/sen-cal-kapimi>. Acesso em: 22 Jun. 2024.

¹⁰ *Love is in the Air*. Disponível em: <https://madd.tv/contents/detail/44>. Acesso em: 22 Jun. 2024.

julho de 2020 e foi concluída em 8 de setembro de 2021 (essa demora foi devido à crise pandêmica que afligiu o mundo inteiro).

No Brasil, a novela foi lançada aos poucos pelo serviço de *streaming* Max. Cinco episódios chegavam de uma vez toda sexta-feira no *streaming*, o que ocorreu a partir do dia 4 de abril de 2022. A segunda temporada foi lançada no Brasil no dia 19 de setembro de 2022. A telenovela logo se tornou um sucesso no país, mesmo sem dublagem. A versão da dublagem em português chegou apenas em janeiro de 2023, e foi exibida pelo canal fechado *TNT Novelas* de 26 de junho de 2023 a 18 de fevereiro de 2024, em 161 capítulos, sendo substituída por *Esqueça-me Se Puder*.

Figura 22 – Impressão de tela: Capa oficial de SÇK



Fonte: <https://www.techtudo.com.br/guia/2023/08/onde-assistir-a-sera-isso-amor-conheca-novela-de-eda-e-serkan-e-seu-elenco-streaming.ghtml>. Acesso em: 07 Out. 2024.

Eda foi introduzida como uma personagem vibrante, divertida e cheia de vida, apesar dos traumas difíceis que carrega consigo. Sua autenticidade e originalidade se destacam, juntamente com sua personalidade forte, fazendo dela uma das poucas pessoas capazes de enfrentar o enigmático Serkan Bolat. Por outro lado, Serkan Bolat é retratado como um homem de negócios bem-sucedido e meticuloso, cuja vida é regida pelo trabalho e pela busca pela perfeição. Sua personalidade controladora e distante contrasta diretamente com a espontaneidade e vivacidade de Eda. No entanto, à medida que suas vidas se entrelaçam, surge uma dinâmica fascinante entre eles, repleta de tensão, química e desafios.

Ao longo da narrativa, testemunhamos o desenvolvimento do relacionamento entre Eda e Serkan, conforme eles enfrentam seus próprios demônios internos e aprendem a confiar um no outro. Esse processo de amadurecimento e auto descoberta é central para a trama de *Sen Çal Kapımı*, capturando a atenção e os corações dos espectadores ao redor do mundo.

4.2.1 Sinopse de *Sen Çal Kapımı*

Eda Yildiz (figura 23, Hande Erçel) é uma jovem e bela estudante universitária. Depois que seus pais faleceram quando ela era pequena, um evento que a deixou traumatizada, Eda passou a desmaiar sempre que fica muito nervosa. No entanto, com o apoio e as orientações da tia Ayfer Yildiz (Evrim Dogan), a jovem consegue driblar quase todas as dificuldades de sua vida.

Figura 23 - Impressão de Tela: Eda Yildiz



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/445926800621601344/>. Acesso em: 07 Out. 2024.

Eda deposita todas as suas esperanças na educação, seguindo o sonho de ser arquiteta paisagista. Ela faz o curso em uma universidade particular com bolsa integral. Quando a bolsa dela é cortada sem qualquer notificação preliminar, ela é retirada da universidade no último ano. Mesmo tendo sido aceita em uma das universidades mais bem conceituadas da Itália na área para fazer pós-graduação –

um dos grandes objetivos de Eda, obter o diploma universitário e realizar essa pós-graduação –, seus sonhos são abruptamente interrompidos.

Quando esse sonho acaba de maneira repentina, Eda vê uma única saída: passa a trabalhar meio período na floricultura da tia. Ela mora com a tia e a sua melhor amiga Melek Yücel, mais conhecida como Melo (Elçin Afacan), em uma casa aconchegante e tenta assim viver normalmente.

Eda pretende fazer um concurso universitário nacional e, desta vez, quer estudar em uma universidade pública para não precisar lidar com questões relacionadas a bolsas. Porém, mesmo assim, ela não consegue esquecer a injustiça que ocorreu em sua vida e não consegue apagar da memória o homem responsável pelo corte das bolsas, já que ela não foi a única a perder bolsa de estudos na universidade.

Serkan Bolat (figura 24, Kerem Bursin), um jovem e bem-sucedido empresário, é o responsável pelas bolsas concedidas à universidade onde Eda estudava. Quando Serkan Bolat decide cortar despesas desnecessárias na empresa, seu gerente financeiro, sem informar o chefe, corta as bolsas de estudo. Esta situação possa não parecer tão relevante para a empresa, ela é um problema que mudaria drasticamente a vida de algumas pessoas.

Figura 24 - Impressão de Tela: Serkan Bolat



Fonte: <https://id.pinterest.com/pin/1073897473642786559/>. Acesso em: 07 Out. 2024.

As vidas de Eda e Serkan se cruzam por pura coincidência. Quando Serkan Bolat é convidado para uma cerimônia de formatura na universidade e tem que fazer

um discurso, Eda o conhece e argumenta que sua vida virou de cabeça para baixo apenas porque sua empresa não cumpriu as promessas de bolsas de estudo.

Serkan, que detesta cometer qualquer erro, não consegue acreditar que é o responsável por essa decisão. Ao investigar a situação com as pessoas que trabalham na empresa, ele descobre que o culpado pelo corte das bolsas foi gerente financeiro, que tomou a decisão por iniciativa própria e sem consultar ninguém.

A partir desse momento, a trama que alimenta toda a novela se desenrola. Surge o Edser (ship Eda + Serkan), e se dá início a um clássico enredo de *enemies to lovers* (de inimigos a amantes). Eda e Serkan, após vários clichês de quase encontros que precedem a história de vários casais, se veem pela primeira vez em uma formatura na antiga universidade onde Eda. Ele é o convidado de honra e, rapidamente, ambos não gostam um do outro. Eda, em vários momentos, atrapalha as falas de Serkan para declarar seu posicionamento contrário às suas palavras, já que ele ainda não sabia do corte das bolsas de estudo. Ambos esperam não se encontrar novamente, mas a situação é controversa, pois Eda acaba riscando o carro de Serkan enquanto ele está dentro. Apesar disso, eles continuam a se encontrar em várias ocasiões.

Serkan Bolat vai a Gökçeada para assistir à cerimônia de noivado de sua ex-namorada, Selin (Bige Önal), em um avião particular. No voo, ele esbarra em Eda, que trabalha como aeromoça meio período em nome de sua amiga Melek. Esses dois jovens não têm escolha a não ser viajar juntos.

Quando chegam à cerimônia de noivado, Serkan se encontra em uma posição difícil. Ele acredita que Selin, sua ex-namorada e sócia de negócios, está se noivando de Ferit apenas porque está cansada de esperar por uma proposta de casamento dele. Serkan sabe que Selin ainda está apaixonada por ele e quer reverter essa decisão. Por isso, ele finge que Eda é sua nova namorada e não apenas a aeromoça substituta que deveria ser Melo.

A sequência de eventos leva Serkan e Eda a firmarem um contrato no qual fingem estar namorando. Serkan quer fazer Selin cancelar o noivado, enquanto Eda deseja provocar ciúmes em sua antiga paixão.

Na segunda parte de *Sen Çal Kapımı*, a popular série turca, o enredo continua explorando o romance complicado entre Eda Yıldız e Serkan Bolat, após uma separação de cinco anos. O sonho de Eda sempre foi ter um filho, mas Serkan acreditava que isso não seria possível devido a problemas de saúde. Por isso, ele

começa a tratar Eda de maneira quase "violenta". Ela decide ir embora para seguir seu sonho de se formar, mas, ao retornar à cidade, chega com uma criança chamada Kiraz, fruto do relacionamento dela com Serkan.

Após os eventos intensos da primeira parte, Eda e Serkan enfrentam novos obstáculos em seu relacionamento. O casal precisa lidar com questões do passado, inseguranças, e a chegada de novos personagens em suas vidas, além das diferenças entre suas personalidades e expectativas. A segunda parte da série foca em temas como confiança, superação e o valor do amor verdadeiro.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS, *CORPUS* DE PESQUISA E ANÁLISE

Chegamos ao último capítulo deste trabalho de conclusão de curso, que tem como objetivo geral compreender como as redes sociais contribuem para a circulação das telenovelas turcas, incentivando a visibilidade, o debate e o consumo dessas produções televisivas no Brasil. Neste capítulo, nos dedicamos a apresentar os procedimentos metodológicos, a caracterização do objeto de estudo, o *corpus* de pesquisa e, por fim, a análise.

5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos adotados neste estudo se inspiram no método do estudo de caso (Yin, 2001; Becker, 1999; Duarte; Barros, 2012) e na descrição tecno discursiva (Fausto Neto, 2008; Pedroso, 2015) enquanto ferramenta de análise. O método de estudo de caso é amplamente reconhecido como uma das abordagens mais desafiadoras e ricas nas ciências sociais, especialmente ao tentar compreender fenômenos sociais complexos inseridos em contextos específicos. Conforme destacado por Yin (2001, p. 32), o estudo de caso é uma "inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas". Esse método é particularmente eficaz quando se busca responder perguntas do tipo "como" e "por que", permitindo ao pesquisador manter uma perspectiva holística essencial para o entendimento de questões culturais e sociais complexas.

Neste estudo, analisamos como perfis de *Instagram* dedicados a novelas turcas podem refletir o sucesso e a popularidade dessas produções junto ao público global. Utilizando o método sugerido por Yin (2001), combinamos análises quantitativas e qualitativas para explorar como as interações dos usuários (curtidas, comentários, compartilhamentos) servem como indicadores de engajamento e aceitação das novelas.

A realização de um estudo de caso exige um planejamento cuidadoso e a aplicação de técnicas formais para garantir a validade dos resultados. Segundo Becker (1999, p. 117), o termo estudo de caso "refere-se a uma análise detalhada de um caso individual, que em ciências sociais tipicamente envolve uma organização ou

comunidade, e não um indivíduo isolado". Para Becker (1999, p. 117), "o método baseia-se na suposição de que se pode adquirir conhecimento de um fenômeno adequadamente pela exploração intensa de um único caso". Neste contexto, o *Instagram* é tratado como um "caso" que representa um espaço digital onde as interações sociais podem ser observadas e analisadas para compreender o fenômeno cultural das novelas turcas.

A coleta de dados no estudo de caso deve incluir uma gama ampla de evidências. Duarte e Barros (2012, p. 244) destacam que o estudo de caso "frequentemente utiliza uma abordagem intuitiva, derivada da observação participante e usando toda a sorte de documentos". Esse método permite que o pesquisador capture a complexidade do fenômeno em questão, utilizando fontes de dados variadas, desde métricas de engajamento até análises de conteúdo dos comentários dos usuários.

Durante a coleta de dados, é fundamental seguir os princípios da observação participante, uma técnica mencionada por Becker (1999, p. 118), que permite ao cientista social "acessar uma ampla gama de dados" através da imersão no ambiente estudado. Nesse caso, embora o pesquisador possa não participar ativamente das interações no *Instagram*, ele observa como os usuários interagem com o conteúdo, identificando padrões de comportamento que revelam *insights* sobre a recepção das novelas.

A análise dos dados, conforme enfatizado por Becker (1999), não precisa esperar pelo término da coleta, podendo ocorrer de forma paralela. Este processo permite que o pesquisador ajuste seu foco conforme novas informações emergem, garantindo que os fenômenos mais relevantes sejam incorporados e analisados adequadamente. O autor (p. 119) também observa que os "investigadores tipicamente terminam se concentrando em poucos fatos que parecem ser os de maior importância no grupo estudado". Neste estudo, a análise se concentrou nas interações que apresentaram maior engajamento, como os comentários mais frequentes ou as postagens com mais curtidas, por serem indicadores-chave da popularidade das novelas.

Yin (2001) sugere que a análise dos dados deve ser guiada por proposições teóricas ou pela busca de explicações triviais, o que ajuda a sistematizar o processo analítico. Neste estudo, as proposições teóricas foram centradas na ideia de que o nível de engajamento nas redes sociais pode ser um indicador direto da popularidade

e do sucesso das novelas turcas. Becker (1999, p. 127) reforça que "o modelo fornece respostas para as questões teóricas do estudo e demonstra a contribuição de cada parte da estrutura analisada para a explicação do fenômeno em questão". A construção desses modelos analíticos foi fundamental para entender como as diferentes variáveis, como a popularidade dos atores ou os temas abordados nas novelas, influenciam o engajamento dos usuários no Instagram.

Duarte e Barros (2012, p. 263) sublinham que "o estudo de caso é o método que contribui para a compreensão dos fenômenos sociais complexos", permitindo que o pesquisador explore as peculiaridades e as diferenças que tornam cada fenômeno único. Neste estudo, ao analisar perfis no *Instagram*, o foco recaiu sobre a identificação de padrões de interação que pudessem revelar como os usuários percebem e reagem ao conteúdo das novelas turcas. A análise inclui tanto aspectos quantitativos, como o número de curtidas e compartilhamentos, quanto qualitativos, como o conteúdo dos comentários e as discussões geradas pelas postagens.

O método de estudo de caso, apesar de seu potencial para revelar *insights* profundos, também apresenta desafios significativos. Como Yin (2001, p. 32) destaca, "a análise do estudo de caso é o estágio mais difícil na realização do estudo de caso", exigindo habilidades analíticas e interpretativas que nem sempre são facilmente adquiridas. Becker (1999, p. 119) acrescenta que, durante a análise, "os vários fenômenos revelados pelas observações do investigador têm que ser todos incorporados ao seu relato do grupo". Este processo torna-se particularmente desafiador quando se lida com grandes volumes de dados, como os gerados por interações em redes sociais.

Outro desafio importante é a necessidade de evitar generalizações inadequadas. Duarte e Barros (2012, p. 248) alertam que "nos estudos de caso, o pesquisador utiliza uma amostra e deixa as inferências relativas ao todo por conta da capacidade de julgamento do leitor". Por essa razão, ao analisar as interações no *Instagram*, foi necessário ter cautela para não extrapolar os resultados além do que os dados realmente suportavam, mantendo o foco nas peculiaridades observadas.

Como comentado anteriormente, o método do estudo de caso foi complementado pela descrição tecno discursiva (Fausto Neto, 2008; Pedroso, 2015). Segundo esses autores, essa abordagem metodológica propõe um olhar crítico sobre os produtos midiáticos. Em um processo reverso, busca-se recuperar a articulação

entre os elementos técnicos e discursivos, destacando os sentidos imbricados em sua produção.

Este estudo de caso, centrado em perfis de *Instagram* dedicados a novelas turcas, exemplifica como o método do estudo de caso e a descrição tecno discursiva podem ser aplicadas de maneira eficaz para explorar fenômenos culturais em contextos digitais. Através de uma combinação de observação participante, análise de dados e modelagem teórica, foi possível compreender melhor como as interações nas redes sociais refletem a popularidade e o sucesso dessas novelas.

5.2 CORPUS DE PESQUISA

O *corpus* de pesquisa deste trabalho de conclusão de curso é composto por três perfis de fãs no *Instagram* que se dedicaram a promover a novela *Sen Çal Kapımı* no ambiente digital. Os perfis de fãs são entendidos como aqueles dedicados a informar outros fãs sobre os acontecimentos relacionados ao objeto de interesse, sendo reconhecidos como propagadores de informações confiáveis. Esses fãs dedicam tempo e esforço para manter outros fãs atualizados, atuando como uma fonte confiável.

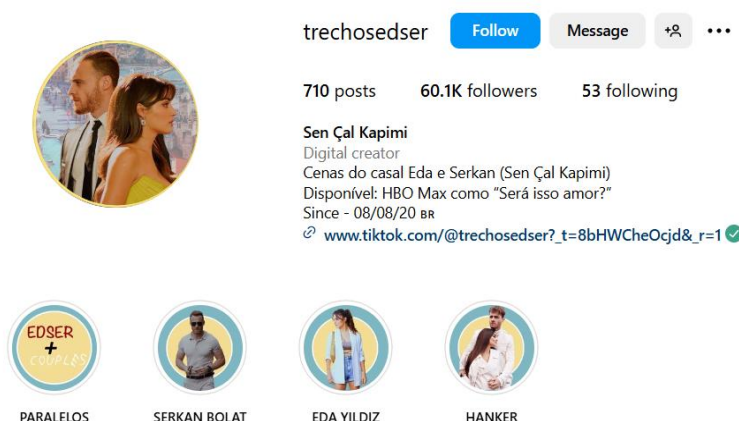
A escolha do *Instagram* como *lócus* de observação se deve ao alto grau de adesão do público, fato visível nos números de seguidores e na própria dinâmica da plataforma que permite a postagem de texto, fotos, memes e vídeos. Os perfis escolhidos, dedicadas à novela são: @trechosedser, @amoremistabul e @estantedaautoraof. A seguir, apresentaremos as principais características e contribuições destes perfis e como refletem e amplificam a presença da novela no cenário digital.

5.2.1 @trechosedser

O perfil @trechosedser (figura 25) é focada em compartilhar os momentos mais marcantes e emocionantes do casal principal, Eda e Serkan, conhecidos carinhosamente pelo *ship* de Edser. Com uma vasta coleção de vídeos e imagens de cenas icônicas, @trechosedser mantém os fãs engajados, proporcionando um espaço para lembrar e discutir os melhores momentos da novela.

Além disso, @trechosedser incentiva a interação dos seguidores por meio de enquetes e comentários, criando uma comunidade ativa e apaixonada. Esse engajamento contínuo fortalece a conexão entre os fãs e a novela, tornando o perfil uma das principais fontes de conteúdo e interação sobre *Sen Çal Kapımı* no *Instagram*. Atualmente, o perfil conta com 710 postagens, mais de 60 mil seguidores e segue 53 contas.

Figura 25 - Impressão de tela: Página inicial do perfil @trechosedser



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

5.2.2 @amoremistambul

@amoremistambul (figura 26) se destaca por seu conteúdo diversificado, que vai além das cenas da novela. Este perfil inclui entrevistas, fotos dos bastidores e atualizações sobre os atores Hande Erçel e Kerem Bürsin, proporcionando uma visão mais completa do universo de *Sen Çal Kapımı*.

Por meio dessa abordagem abrangente, @amoremistambul oferece aos fãs uma conexão mais profunda com os protagonistas e a produção da série. Essa estratégia contribui para manter o interesse dos seguidores ao longo do tempo, mesmo após o término da novela.

Recentemente, a administradora da página organizou, em parceria com uma equipe de viagens, um passeio pela Turquia onde os participantes puderam visitar os locais onde foram gravadas cenas da novela. O perfil conta com 1.886 publicações, 240 mil seguidores e 797 contas seguidas.

Figura 26 - Impressão de tela: Página inicial do perfil @amoremistambul



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

5.2.3 @estantedaautoraof

O perfil @estantedaautoraof (figura 27) combina a paixão pela literatura com o amor por *Sen Çal Kapımı*, compartilhando trechos e análises de episódios. Este perfil destaca diálogos e cenas que remetem a passagens de livros românticos.

Essa abordagem atrai fãs que apreciam a narrativa e a construção dos personagens, promovendo discussões literárias e emocionais. A conexão entre a novela e a literatura reforça a profundidade das histórias contadas em *Sen Çal Kapımı* e atrai um público que valoriza conteúdo significativo e bem elaborado.

Com 1.231 publicações, 130 mil seguidores e segue 1.186 contas, o perfil é gerido por uma criadora de conteúdo digital localizada em Belém, Pará. Além de sua atuação no *Instagram*, a administradora mantém um blog dedicado a novelas turcas e doramas, expandido seu alcance e fortalecendo sua comunidade de fãs.

Figura 27 - Impressão de tela: Página inicial do perfil @estantedaautoraof



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

Esses três perfis exemplificam como *Sen Çal Kapimi* continua a influenciar e inspirar seus fãs no *Instagram*. Cada um oferece uma perspectiva diferente sobre a série, mantendo o interesse e o engajamento da audiência. Através deles, podemos ver como a novela não apenas conquistou telespectadores, mas também criou uma vibrante comunidade online que celebra e perpetua seu legado

5.3 ANÁLISE

Antes de iniciarmos nossa análise, é importante salientar as categorias de pesquisa que emergiram durante as inferências iniciais, na construção do referencial teórico e durante a observação exploratória. As categorias identificadas são: a) imagens, b) memes e c) vídeos.

Acreditamos que, ao analisar esses três tipos diferentes de formatos midiáticos compartilhados pelos perfis de *Instagram* dedicados à série *Sen Çal Kapimi*, será possível observar padrões de interação e engajamento. Além disso, será possível compreender como esses formatos desempenham um papel essencial na promoção e na interação dos fãs com seu conteúdo.

5.3.1 Imagens

Serão analisadas as fotos publicadas que retratam personagens e cenas icônicas da série. A análise focará na estética visual, expressões emocionais e na forma como as imagens capturam a essência dos personagens, ajudando os seguidores a se conectarem emocionalmente com a narrativa da série.

Figura 28 - Impressão de tela: Foto da Eda Yildiz no perfil



Fonte: *Printscreen Instagram @amoremintamsbul (.2024)*

A imagem de Eda Yıldız no perfil @amoremistambul (figura 28), é um excelente exemplo desse recurso. Nessa postagem, a personagem aparece com uma expressão serena e confiante, o que reforça sua posição como protagonista querida da série. Ao apresentar Eda dessa forma, os seguidores conseguem captar não só a beleza visual da personagem, mas também sua força emocional e carisma – elementos essenciais para mantê-la como um ícone central da história. Essas escolhas visuais contribuem para solidificar a popularidade da personagem e o carinho que os fãs têm por ela.

A utilização de *close-ups* e primeiros planos, ou imagens que destacam emoções específicas dos personagens, é uma estratégia poderosa, pois cria uma conexão emocional mais profunda entre os espectadores e a narrativa. Ao focar nas expressões faciais, o público consegue perceber as nuances de sentimentos e intenções dos personagens, o que facilita a identificação com suas emoções e experiências. Essa técnica permite que os fãs se sintam mais próximos das figuras representadas, desenvolvendo um vínculo afetivo que vai além do simples entretenimento, gerando maior engajamento com a trama.

Figura 29 - Impressão de tela: Casal em bastidores publicado por @trechosedser



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

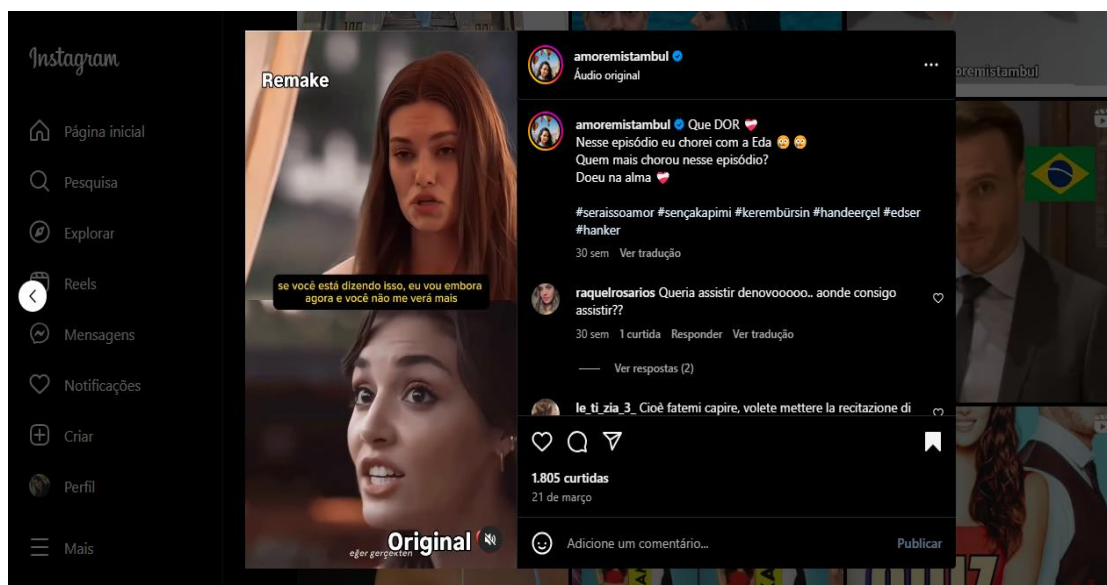
O estilo fotográfico é uma ferramenta fundamental para criar atmosferas e evocar sentimentos específicos nos seguidores. O uso de efeitos visuais, como a foto em preto e branco no perfil @trechosedser (figura 29), é um exemplo de como a estética pode impactar a percepção dos fãs. A escolha por essa tonalidade não apenas traz um ar de nostalgia, mas também confere um caráter atemporal à imagem.

Essa técnica visual é frequentemente associada a episódios ou passagens particularmente marcantes, que ressoam com os seguidores. Além de conferir uma sensação de nostalgia, o estilo fotográfico utilizado ajuda a destacar os detalhes das expressões faciais e gestos, adicionando uma camada de profundidade emocional às postagens. Assim, o uso desses efeitos eleva a experiência dos fãs, trazendo à tona a intensidade e a relevância emocional da série.

5.3.2 Memes

Os memes têm sido amplamente utilizados pelos fãs para reinterpretar cenas e diálogos de maneira humorística. A análise dessa categoria avaliará como os memes promovem a interação entre os seguidores, oferecendo uma visão cômica e crítica sobre a trama e os personagens, além de fortalecer a identidade do *fandom*.

Figura 30 - Impressão de tela: Comparação entre a versão russa com a original turca



Fonte: *Printscreen* Instagram @amoremistambul (2024).

Na figura 30, a imagem utiliza uma comparação entre uma cena da versão original da série e um *remake*. Esse formato de meme é comum nas comunidades de fãs, especialmente quando há um forte apego emocional aos personagens. A montagem brinca com a nostalgia e a interpretação das cenas, destacando diferenças visuais ou emocionais entre a produção original e a nova versão. O humor presente nesse tipo de meme surge ao explorar a ideia de que o *remake* não consegue capturar a essência ou emoção da versão original.

O público-alvo desse tipo de meme é composto por fãs que assistiram à série desde o começo e que podem se sentir "traídos" por versões menos impactantes. O meme reforça a conexão emocional entre os fãs que também podem ter essa sensação de diferença ou "perda" ao assistirem a uma nova versão de suas séries favoritas. Ele também reforça uma narrativa coletiva, na qual os fãs sentem que "entendem" a diferença entre o original e o *remake*, criando uma identidade comum.

Figura 31 - Impressão de tela: Meme com quiz da novela em @amoremistambul



Fonte: *Printscreen Instagram* (2024).

Na figura 31, temos um meme que utiliza o formato de *quiz*, algo comum em redes sociais, com a intenção de engajar os fãs de forma leve e interativa. Esse meme é voltado para a participação ativa dos fãs, que são incentivados a comentar ou responder sobre seus sentimentos em relação à série. Além disso, frases como "Será Isso Amor?" dialogam diretamente com os temas da série, envolvendo o relacionamento dos personagens, o que é uma forma eficaz de engajamento emocional.

O meme constrói uma narrativa alternativa sobre o desenrolar romântico da série. Esse tipo de interação leva os fãs a se sentirem parte da história, enquanto respondem ou discutem a relação dos personagens principais. É uma maneira lúdica de engajar no fã uma apropriação do conteúdo e estimular a participação ativa na comunidade, reforçando a coesão do grupo.

Tanto a comparação entre *remake* e original, quanto o *quiz* mostram formas distintas de expressão afetiva dos fãs, misturando humor e crítica. O primeiro meme brinca (com um tom de realidade) com a ideia de que o *remake* "não faz jus" ao original, e o segundo convida os fãs a participarem e expressarem seu amor pela série de forma lúdica.

Figura 32 - Impressão de tela: Meme de frases ditas pelo galã turco



Fonte: *Printscreen* Instagram @estantedaautoraof (2024).

Na figura 32, a imagem utiliza uma frase humorística sobre relações românticas, associada à imagem do casal Eda e Serkan, protagonistas da *Sen Çal Kapımı*. Esse tipo de meme reforça estereótipos cômicos de casais e cria uma conexão instantânea com os *fandoms*, pois conecta os personagens da série a situações cotidianas que os fãs podem facilmente identificar.

A série, de origem turca, tem um *fandom* bastante engajado, como se vê pelos comentários e *hashtags*, presentes na parte direita da figura 32. O humor é uma maneira de engajar o público em discussões e partilhar experiências relacionadas aos personagens e à narrativa romântica, que muitas vezes é o foco dessas séries.

Figura 33 - Impressão de tela: Meme- Selfie em que você moraria?



Fonte: *Printscreen* Instagram @estantedaautoraof (2024).

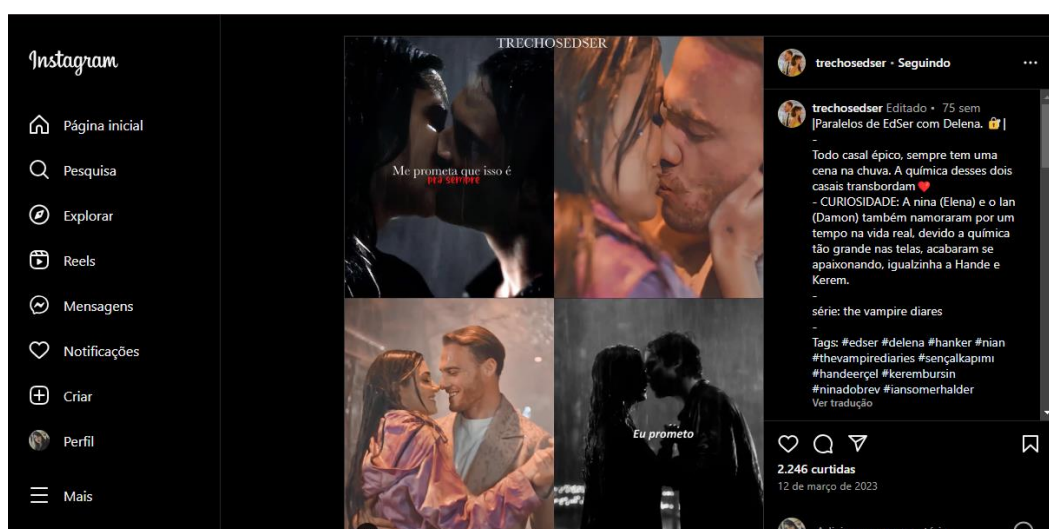
Na figura 33, a imagem faz uso de uma *selfie* de um personagem, que pergunta "Em qual selfie você moraria?". Este tipo de interação lúdica cria uma proximidade

maior entre os fãs e os atores/personagens, utilizando a linguagem visual moderna e popular da selfie para gerar respostas de envolvimento. Ela faz uma piadinha sobre quem você gostaria de passar um momento *hot*. No caso é um compilado com imagens que vários galãs turcos, mas para ilustrar trouxe Kerem Bursin que é o galã da novela que é o nosso objeto de estudo.

Além disso, o uso de *hashtags* (#kerembürsin, #barışarduç) ajuda a engajar ainda mais os seguidores, direcionando a conversa para o fandom específico da série e ampliando a visibilidade e a interação. Essas palavras-chaves funcionam como um convite para que os fãs compartilhem suas opiniões e se conectem com outros membros da comunidade, promovendo maior engajamento no grupo de seguidores.

Mesmo quando a série não está no ar, esses memes continuam gerando conversas e discussões entre os fãs, demonstrando como a dinâmica de engajamento vai além da transmissão de episódios. Como mencionado nas imagens anteriores, os memes com piadas internas e interações lúdicas fortalecem o sentimento de pertencimento dentro do *fandom*. Eles proporcionam um espaço para os fãs se conectarem emocionalmente com os personagens, ampliando o vínculo afetivo e perpetuando o envolvimento com a série, mesmo após seu término.

Figura 34 - Impressão de tela: Paralelos entre *The Vampire Diaries* e *Sen Çal Kapımı*



Fonte: Printscreen Instagram @trechosedser (2024).

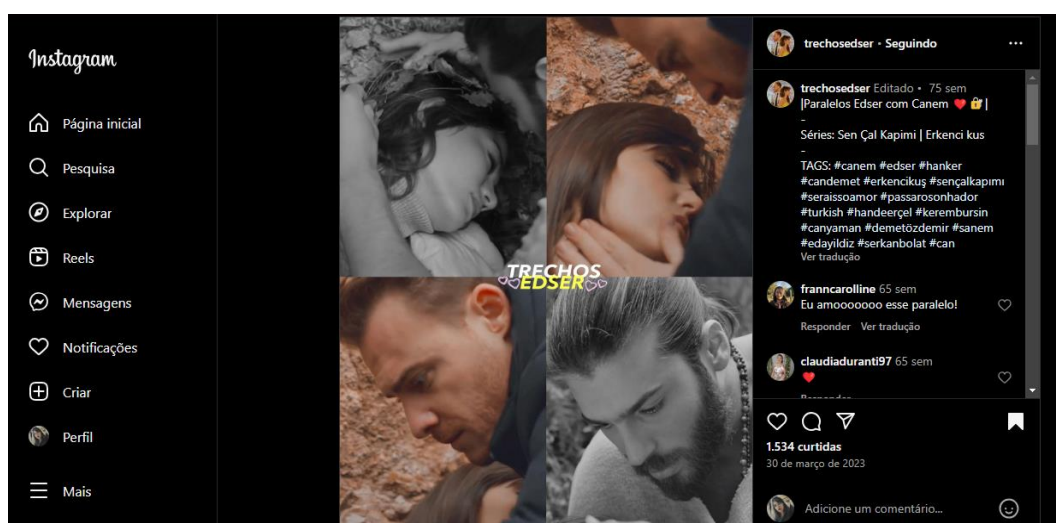
A montagem da figura 34 mostra paralelos entre duas cenas icônicas de casais fictícios: EdSer (Eda e Serkan) de *Sen Çal Kapımı* e Delena (Damon e Elena) de *The Vampire Diaries*. As duas cenas retratam beijos na chuva, um cenário comumente utilizado para simbolizar momentos românticos intensos. Esse tipo de meme é uma

maneira de conectar universos distintos, unindo fãs de diferentes séries por meio de cenas com fortes apelos emocionais. Ao fazer esses paralelos, os criadores de conteúdo promovem a nostalgia e reforçam a ideia de que certos momentos são universais para histórias de amor na ficção.

Frases como "Me prometa que isso é pra sempre" destacado na imagem acima, capturam a essência de um romance dramático, enquanto a comparação entre os casais reforça o quão emocionalmente intensas essas cenas são para os fãs. Isso cria um espaço comum onde os seguidores de ambas as séries podem se identificar.

Os fãs das séries podem reconhecer a química entre os casais e a importância dessas cenas para os arcos românticos. Esses tipos de memes são poderosos porque estabelecem uma conexão emocional entre fandoms, celebrando momentos de amor e drama.

Figura 35 - Impressão de tela: Paralelos EdSer e CanEm - *Sen Çal Kapımı* e *Erkenci Kus*



Fonte: *Printscreen @trechosedser* (2024).

A montagem da figura 35 mostra paralelos entre EdSer de *Sen Çal Kapımı* e CanEm (Can e Sanem) de *Erkenci Kus*, duas das mais populares séries turcas do gênero romântico. As imagens retratam momentos íntimos e emocionantes dos casais, com a primeira envolvendo uma cena de cuidado e a segunda com cenas de proximidade física. Comparar duas séries turcas que compartilham o mesmo gênero romântico cria um senso de unidade entre os fãs. *Erkenci Kus* e *Sen Çal Kapımı* são conhecidas pela química entre seus protagonistas, e os fãs que assistem ambas as

séries podem se sentir conectados a esses momentos, vendo paralelos nas interações dos personagens.

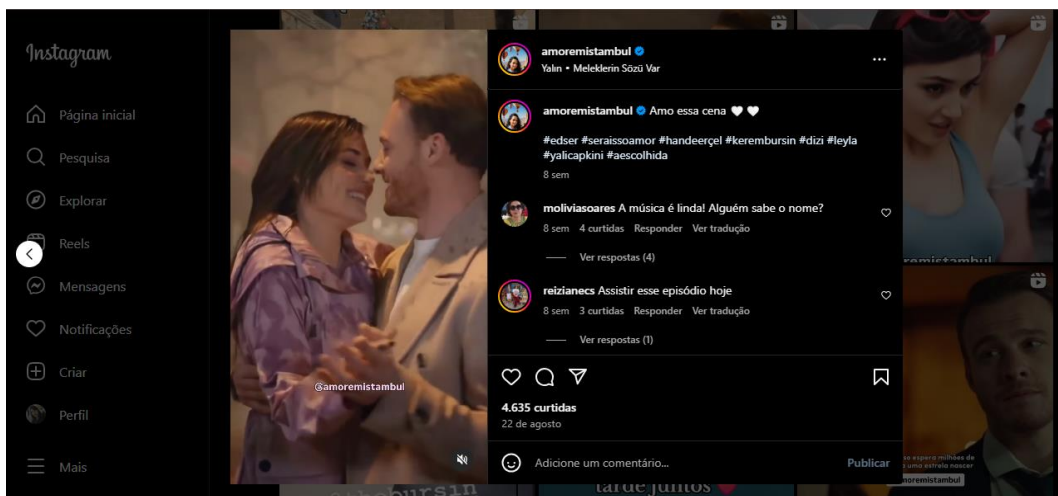
Percebemos que essas montagens encorajam a discussão entre os fãs. Eles podem comparar e debater qual casal tem a química mais forte, qual cena é mais impactante ou como as duas séries lidam com temas românticos semelhantes. Isso cria um espaço de engajamento e mantém a comunidade ativa entre temporadas ou após o término da série.

Esses memes ajudam a fortalecer a coesão do *fandom*, oferecendo pontos de comparação, unindo diferentes séries sob a mesma emoção ou narrativa. Eles são uma forma de manter a chama da paixão pelas séries, mesmo após o término das temporadas. Ao fazer paralelos entre cenas que evocam emoções semelhantes, esses memes atingem o coração dos fãs, que se envolvem ao reviver e comentar sobre momentos icônicos. A escolha desses dois paralelos na utilização de memes é porque ambos os casais são identificados pelo termo *shipp* que mistura o nome dos dois personagens.

5.3.3 Vídeos

Os vídeos são outro formato crucial para o engajamento no *Instagram*, principalmente em forma de clipes curtos ou *reels*, que podem ser trechos de episódios com legendas ou música de fundo. Esses vídeos têm o objetivo de reforçar cenas emocionantes, e a utilização de música aumenta a carga emocional das postagens. Elas também podem ser montagens e compilações que reúnem cenas icônicas dos personagens principais, promovendo a nostalgia e o carinho do público pela série, ao mesmo tempo em que mantêm os seguidores engajados.

Figura 36 - Impressão de tela: Trecho da Cena Romântica na Chuva



Fonte: *Printscreen* Instagram @amoremistambul (2024).

A cena retratada na figura 36 envolve uma intensa conexão emocional entre os protagonistas, Eda e Serkan. No contexto de vídeos curtos no *Instagram*, como os *reels*, ela é uma representação visual poderosa do romance central da série. Mais uma vez, a chuva é um elemento destacado, comum em cenas de romance, pois simboliza tanto os desafios do casal quanto a superação deles através do amor. A escolha da música de fundo geralmente amplifica a intensidade emocional do momento, tornando-o mais memorável. O movimento dramático da chuva também capta visualmente a atenção dos espectadores em vídeos curtos.

A música, quando escolhida adequadamente, pode evocar memórias e emoções intensas nos fãs. Ao postarem esses trechos em plataformas como o *Instagram*, os fãs são convidados a reviver essa conexão romântica. Vídeos como este frequentemente geram uma alta taxa de engajamento, com os seguidores compartilhando suas reações emocionais nos comentários, especialmente em comunidades de fãs onde essa relação entre os personagens é amplamente discutida e amada.

Em *reels* ou clipes curtos, a simplicidade da cena permite que os espectadores foquem nos sentimentos expressos pelos personagens, o que é frequentemente potencializado pelas legendas ou por textos inseridos no vídeo, que ressaltam falas importantes. Isso gera um impacto maior em um tempo menor, o que é essencial para plataformas como o *Instagram*, onde o conteúdo precisa ser consumido rapidamente.

Figura 37 - Impressão de tela: Lembranças Guardadas por Serkan



Fonte: *Printscreen Instagram @amoreminstambul (2024).*

A cena retratada na figura 37, em que Eda descobre que Serkan guardou todos os itens que a lembravam, é um momento chave para a construção da narrativa emocional da série. O ato de Serkan guardar esses itens remete a uma conexão profunda com o passado, simbolizando o quanto ele valoriza o relacionamento deles, mesmo após o tempo de separação. Essa cena apela à nostalgia, não apenas para os personagens, mas também para os fãs que acompanharam a evolução do relacionamento ao longo da série. Montagens de vídeos com esses momentos são populares, pois reforçam o sentimento de saudade e carinho entre os espectadores.

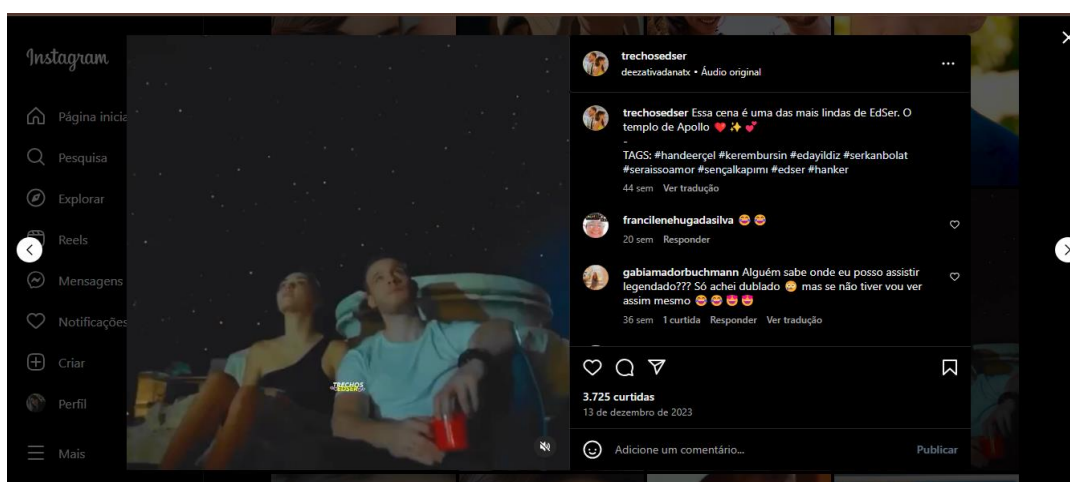
No *Instagram*, vídeos como esse costumam incluir trechos narrativos acompanhados de legendas emotivas ou diálogos importantes da série. Eles incentivam os fãs a relembrem e comentarem sobre o impacto desse momento. A interação dos fãs geralmente envolve discussões emocionais nos comentários, refletindo sobre a importância do amor entre os personagens, o que reforça a coesão do *fandom*.

Em vídeos de compilação ou montagens, cenas como essa muitas vezes são agrupadas com outros momentos icônicos do casal, promovendo uma experiência emocional contínua. Quando postados em plataformas como o *Instagram*, esses vídeos tendem a aumentar o engajamento por meio de "compartilhamentos" e "salvamentos," com os fãs revisitando constantemente esses momentos.

Tanto a cena romântica na chuva quanto o momento em que Eda descobre as lembranças guardadas por Serkan são altamente impactantes emocionalmente e refletem a essência da série *Sen Çal Kapımı*. Essas cenas, quando postadas como

reels ou vídeos curtos no Instagram, funcionam como uma ferramenta poderosa para manter a coesão da comunidade de fãs. Elas apelam para o lado emocional do público, utilizando a nostalgia, a trilha sonora e a montagem visual para criar uma experiência envolvente. Como resultado, esses vídeos não só mantêm os fãs engajados, mas também reforçam a conexão com os personagens e a narrativa da série.

Figura 38 - Impressão de tela: Serkan e Eda Observando as Estrelas



Fonte: *Printscreen @trechosedser (2024).*

O trecho do vídeo recortado presente na figura 38, destacado pelo perfil é um ótimo exemplo de como cenas emblemáticas podem ser utilizadas para criar engajamento entre os fãs, especialmente em plataformas de redes sociais. A cena ao ar livre sob as estrelas cria uma sensação de intimidade e imensidão. O ambiente do *Templo de Apolo* adiciona um toque de mistério e grandiosidade ao momento, sugerindo que o amor entre os protagonistas transcende o espaço e o tempo. O céu estrelado, elemento central da cena, simboliza o desejo e a esperança de um futuro juntos.

Esse momento em que Serkan e Eda estão juntos, tranquilos e conectados com o cosmos, representa uma pausa na narrativa tumultuada, onde o casal pode simplesmente ser, sem as pressões externas do mundo. O ato de observar as estrelas frequentemente simboliza a reflexão sobre o futuro e os sonhos, o que também se aplica à relação deles. A escolha desse momento como clipe é eficaz porque toca em um tema universal de contemplação e conexão profunda.

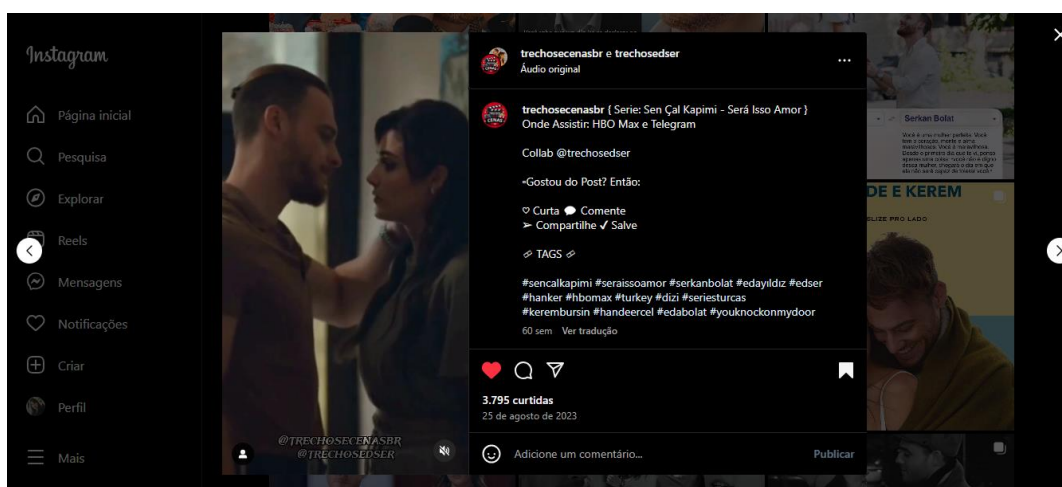
A legenda do post feita por @trechosedser reforça o apelo emocional da cena, descrevendo-a como "uma das mais lindas de EdSer", combinada com *emojis* de

corações e brilho, o que amplifica a sensação de romantismo e magia. As legendas no *Instagram* têm um papel crucial na ampliação do impacto emocional de um vídeo, pois oferecem contexto e, muitas vezes, refletem o sentimento coletivo dos fãs.

Além disso, os comentários dos seguidores mostram a interação ativa com o conteúdo, com pessoas expressando admiração pela cena e curiosidade sobre como assistir ao episódio legendado, o que demonstra a eficácia da postagem em manter os fãs envolvidos. O vídeo usa uma edição que mantém a estética original da cena, sem muitos filtros ou efeitos exagerados, o que preserva a atmosfera contemplativa e emocional. A simplicidade da edição é eficaz para esse tipo de conteúdo, pois permite que a emoção genuína da cena se destaque. O uso de áudio original da série também contribui para aumentar a sensação de autenticidade e conexão, pois os fãs podem relembrar o momento exato da série enquanto assistem ao clipe no Instagram.

Essa cena de Serkan e Eda observando as estrelas exemplifica a forma como cliques curtos, quando bem escolhidos e editados, podem gerar um forte impacto emocional no público, especialmente em plataformas como o Instagram. O uso de um momento contemplativo e simbólico, junto com legendas engajadoras e *hashtags* direcionadas, garante que a cena ressoe com o público. Momentos como esse são facilmente compartilháveis, e, portanto, têm o potencial de se tornarem virais, mantendo o fandom engajado e reforçando a conexão emocional dos seguidores com a série e seus personagens.

Figura 39 - Impressão de tela: Serkan e Eda, após cinco anos



Fonte: *Printscreen* Instagram @trechosedenasbr (2024).

Na imagem representada na figura 39, a cena traz a mistura de aproximação física e emocional, fato que torna a cena tão poderosa e ressonante para o público.

Quando Serkan diz sentir falta do cheiro de Eda, ele revela que, mesmo após cinco anos, ainda carrega consigo as lembranças sensoriais do relacionamento. Isso é uma metáfora para como o passado deles ainda está presente em cada detalhe. O cheiro, como um dos sentidos mais ligados à memória, reforça a ideia de que as emoções nunca foram realmente esquecidas.

A resposta de Eda, sugerindo que ele durma na cama enquanto ela ficaria no chão, demonstra a força e resistência dela. O gesto de sair se abanando com as mãos após a interação reflete tanto o nervosismo quanto o esforço para manter o autocontrole, sugerindo que, embora ela tente ser forte e distante, o impacto emocional da proximidade de Serkan é inegável. A frase "Você não sabe o que posso suportar" é uma das mais marcantes da cena. Ela não apenas revela a dor que Eda enfrentou nos últimos anos, mas também fala sobre a força que ela encontrou para lidar com a separação e como agora ela se protege emocionalmente.

A página destaca momentos em que o público se conecta profundamente com os personagens, e essa cena em particular é rica em sentimentos de saudade, desejo e contenção, que naturalmente geram uma forte resposta emocional nos seguidores. Comentários como "Eles nunca superaram um ao outro" ou "Esse momento foi de cortar o coração" são comuns em postagens desse tipo, onde os fãs refletem sobre o impacto da cena e compartilham suas próprias emoções em relação ao relacionamento de Serkan e Eda.

As *hashtags* (#edser #serkanbolat #edayildiz #hanker) provavelmente foram utilizadas para ampliar o alcance do vídeo, conectando-o a uma audiência maior de fãs que buscam conteúdo específico do casal e dos atores. O formato curto e direto de *reels* ou clipes no Instagram é eficaz para destacar momentos intensos como esse, mantendo a atenção do público e gerando compartilhamentos.

Postagens como essa no *Instagram* se conectam profundamente com o público porque tratam de temas universais como o amor, a perda e o desejo, tudo condensado em um clipe curto e poderoso. O uso eficaz de legendas, *hashtags* e música complementa a experiência, transformando essa cena em uma oportunidade para manter os seguidores engajados e conectados emocionalmente com a narrativa da série.

Figura 40 - Impressão de tela: Análise do Vídeo do Perfil "Estante da Autora"



Fonte: *Printscreen* Instagram @estantedaautoraof (2024).

Na figura 40, representada na imagem acima, o vídeo postado pelo perfil "Estante da Autora," mostra um contraste dramático entre a fala de Eda na 1ª temporada, onde ela afirma que ela e Serkan nunca seriam um casal, e o salto para a 2ª temporada, que exhibe cenas de ambos casados e com sua filha Kiraz. Esse tipo de montagem é impactante porque explora a evolução dramática do relacionamento dos protagonistas. A transição do "nunca seremos um casal" para "somos uma família" ressignifica o arco narrativo de forma poderosa, reforçando a ideia de que o amor deles superou todos os obstáculos.

A montagem aproveita o efeito surpresa ao cortar de uma declaração negativa para um final feliz. Para os fãs, isso desperta sentimentos de nostalgia ao lembrar a jornada do casal, desde os conflitos até o desfecho amoroso. Essa técnica de edição realça a transformação emocional da série e mantém os seguidores engajados.

Vídeos como esse, que celebram momentos importantes da trama, são uma estratégia eficaz para manter os fãs envolvidos e discutindo sobre o casal, mesmo após o término da série. A apresentação de uma retrospectiva visual enfatiza a conexão emocional dos personagens com o público, criando um senso de realização e coesão entre os seguidores que acompanharam o relacionamento deles desde o início.

Ao revisitar momentos cruciais e relacioná-los com o final feliz, o vídeo reforça a memória coletiva do fandom, destacando que os desafios iniciais foram essenciais para o desfecho emocionante. Isso ajuda a construir uma identidade de grupo entre os fãs, que compartilham da mesma trajetória emocional com os personagens. Esses

conteúdos trabalham a nostalgia, o carinho pelo casal e o sentimento de conquista, que são elementos centrais para manter um fandom ativo e dedicado, especialmente em plataformas como o Instagram. Com esse último comentário terminamos a nossa análise que será discutida em nossas considerações finais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao final deste trabalho de conclusão de curso, que teve como objetivo geral compreender como as redes sociais contribuem para a circulação das telenovelas turcas, incentivando a visibilidade, o debate e o consumo dessas produções televisivas. Enquanto isso os objetivos específicos foram: a) identificar e caracterizar o gênero televisivo das telenovelas, contextualizando sua evolução e características; b) discutir o potencial das redes sociais como espaços de construção de visibilidade e debates, observando como os usuários interagem com o conteúdo e constroem narrativas em torno das telenovelas; e c) analisar de que maneiras as redes sociais dinamizam o consumo e a popularização das telenovelas turcas, avaliando as estratégias utilizadas para engajar o público e aumentar a disseminação dessas produções culturais.

Acreditamos que, por meio do método do estudo de caso (Yin, 2001; Becker, 1999; Duarte; Barros, 2012) e da descrição tecno discursiva (Fausto Neto, 2008; Pedroso, 2015) enquanto ferramenta de análise, aliada às categorias de pesquisa composta pelos vídeos, memes e fotos – formatos midiáticos compartilhados pelos perfis de *Instagram* estudados, dedicados à telenovela *Sen Çal Kapımı* (2020-2021) – foi possível atingir nossos objetivos.

Ao longo deste trabalho, foi realizada uma análise detalhada do uso de imagens, vídeos e memes em perfis de *Instagram* dedicados à série *Sen Çal Kapımı*. O estudo focou em três perfis principais: @amoremistambul, @trechosedser e @estantedaautoraof. A partir dessa análise, foi possível compreender como esses conteúdos multimídia desempenham um papel crucial, não só na promoção da série, mas também na manutenção de uma comunidade ativa e engajada em torno de sua narrativa e personagens. Essas mídias visuais revelaram-se ferramentas poderosas na construção de um vínculo emocional entre os fãs e a série, além de funcionarem como uma forma de extensão da experiência televisiva para o ambiente digital.

A utilização de imagens foi uma das principais estratégias observadas ao longo deste estudo. As imagens postadas nos perfis de fãs desempenham um papel primordial na construção da identidade visual da novela e na conexão emocional com os seguidores. As fotos frequentemente destacam os protagonistas em momentos significativos da trama, como as imagens de Eda Yıldız, que transmitem emoções específicas através de *close-ups* e composições bem elaboradas. Esses *close-ups*

permitem que os fãs captem nuances emocionais dos personagens, facilitando uma identificação mais profunda com suas experiências e sentimentos. A escolha de fotos que realçam a serenidade, a força e o carisma de personagens como Eda contribui para solidificar sua posição como ícone dentro do *fandom*, reforçando o carinho e o respeito que os fãs têm por eles.

Outro aspecto importante observado foi o estilo fotográfico utilizado nos perfis analisados. O uso de efeitos visuais, como o preto e branco, exemplificado no perfil @trechosedser, confere às imagens um ar de nostalgia e destaca momentos-chave da série, criando uma sensação de atemporalidade. Esse estilo fotográfico não só evoca sentimentos nostálgicos nos fãs, mas também contribui para a criação de uma atmosfera emocional densa, onde os seguidores podem reviver cenas marcantes de uma maneira estilizada. A opção pelo preto e branco, especificamente, consegue transformar até mesmo cenas mais simples em momentos memoráveis, trazendo à tona a profundidade emocional dos personagens e da narrativa. Assim, o uso de efeitos visuais é uma estratégia eficaz para manter o engajamento dos fãs e reforçar a relevância de momentos importantes da série.

Além das imagens, os vídeos também desempenharam um papel significativo no engajamento dos seguidores. Perfis como @trechosedser utilizam vídeos curtos, muitas vezes com trechos de episódios e montagens emocionantes que destacam cenas importantes da trama. Esses vídeos, ao condensarem momentos icônicos da série, proporcionam uma experiência rápida e intensa para os seguidores, permitindo que revivam cenas marcantes de maneira ágil e visualmente atrativa. A combinação de música, legendas e cenas cuidadosamente escolhidas reforça a carga emocional dos vídeos, tornando-os ferramentas eficazes para manter a conexão emocional dos fãs com a série, mesmo entre as temporadas ou durante hiatos de novos episódios. As montagens e compilações de momentos de romance e drama são amplamente utilizadas, e o formato curto do *Instagram* contribui para a disseminação rápida desses conteúdos, permitindo que eles atinjam um grande número de seguidores em pouco tempo.

Outro elemento importante analisado foi o uso de memes. Em perfis de fãs dedicados a séries, como os analisados neste estudo, os memes desempenham um papel essencial na interação e na comunicação entre os seguidores. Eles não só proporcionam humor e leveza, mas também criam uma forma de comentário social e crítica à narrativa da série. Os memes permitem que os fãs reinterpretem situações e

diálogos dos personagens de maneira divertida, criando um espaço onde podem expressar suas opiniões e sentimento em relação à trama de forma criativa. No caso de *Sen Çal Kapımı*, muitos memes brincam com os altos e baixos do relacionamento dos protagonistas, as situações cômicas da série ou as reviravoltas dramáticas, tornando-se um meio pelo qual os fãs podem se unir em torno de uma experiência compartilhada.

Os memes também são um reflexo da cultura de *fandom*, onde os seguidores são parte ativa na criação de conteúdo e na perpetuação de narrativas paralelas à série. A viralização de memes específicos, fortalece a coesão da comunidade de fãs, pois permite que eles compartilhem piadas internas e comentários sarcásticos sobre a trama, ao mesmo tempo em que reforçam seu engajamento emocional com a série. Assim, os memes não são apenas uma forma de entretenimento, mas também de participação ativa no desenvolvimento da cultura em torno da série, fortalecendo o sentimento de pertencimento dos fãs.

A interatividade promovida pelas postagens também se mostrou um fator importante. As análises dos comentários e das interações entre os perfis e seus seguidores revelaram uma relação ativa entre criadores de conteúdo e o público. Os seguidores comentam, compartilham e discutem as postagens, criando um diálogo contínuo sobre os acontecimentos da série e sobre as emoções que ela desperta. Esse engajamento constante contribui para a longevidade da série nas redes sociais, mesmo após o término de novos episódios. Os perfis funcionam como *hubs* de discussão, onde os fãs podem trocar impressões e sentimentos, mantendo viva a chama da série através de conteúdos visuais que ressoam emocionalmente com eles.

Por fim, este trabalho ressalta a importância das redes sociais, em especial do *Instagram*, na formação de comunidades de fãs e na divulgação de produtos culturais como séries de televisão. As mídias visuais – imagens, vídeos e memes – são fundamentais para manter o interesse contínuo pela série, fortalecer a conexão emocional dos fãs com os personagens e criar uma narrativa coletiva que vai além do conteúdo exibido nas telas. Os perfis analisados desempenham um papel de destaque na construção dessa experiência expandida, utilizando de maneira eficaz as ferramentas multimídia disponíveis para gerar engajamento, nostalgia e um sentimento de comunidade entre os seguidores.

Dessa forma, o estudo confirma que o uso de conteúdos visuais no *Instagram* não só promove a série, mas também transforma a forma como ela é consumida e

reinterpretada pelos fãs. A análise de exemplos concretos de postagens de imagens, vídeos e memes mostra que essas mídias são cruciais para fortalecer a relação entre os fãs e a série, criando uma experiência imersiva e colaborativa que transcende o simples ato de assistir aos episódios. Ao transformar os fãs em participantes ativos na disseminação e interpretação dos conteúdos, os perfis dedicados a *Sen Çal Kapimi* no *Instagram* não apenas alimentam o *fandom*, mas também perpetuam o sucesso e a relevância contínua da série.

Este estudo é relevante para a área do jornalismo e da comunicação como um todo porque evidencia como as redes sociais, em especial o *Instagram*, se transformaram em plataformas fundamentais para a disseminação e promoção de produtos culturais, como as telenovelas. A análise dos perfis dedicados à série *Sen Çal Kapimi* mostra o papel crucial que os conteúdos multimídia – como vídeos, imagens e memes – desempenham na construção de uma narrativa participativa, onde o público não é apenas consumidor, mas também cocriador. No campo da comunicação, isso traz implicações significativas para os profissionais, que agora precisam dominar essas novas formas de engajamento e entender o comportamento dos seguidores nas plataformas digitais. A forma como os conteúdos são apresentados e o impacto que têm sobre o público mostram que o profissional de comunicação deve ser capaz de identificar tendências, gerar conteúdos que estimulem a interação e aproveitar as ferramentas oferecidas pelas redes sociais para aumentar a visibilidade e o alcance de qualquer produto cultural.

Para a sociedade como um todo, o estudo é igualmente relevante ao demonstrar o impacto de fenômenos culturais que ultrapassam as fronteiras tradicionais dos meios de comunicação. O *Instagram*, ao funcionar como uma extensão da experiência televisiva, permite que produções de origem regional, como as telenovelas turcas, alcancem audiências globais, promovendo uma troca cultural contínua. Isso amplia o diálogo entre diferentes culturas, permitindo que pessoas de diferentes partes do mundo compartilhem histórias, valores e emoções. Além disso, ao analisar o uso de memes e vídeos curtos, o estudo revela como o público se apropria de elementos da narrativa para criar novos significados e gerar discussões, ampliando o espaço de debate e reflexão crítica. Dessa forma, o trabalho reforça a ideia de que a sociedade moderna não é apenas receptora de informações, mas também produtora de conteúdo, e que esse fenômeno colabora para a construção de

um ambiente digital mais democrático, onde a cultura e a informação são moldadas por todos.

Este trabalho de conclusão marca um ponto importante na minha jornada como jornalista, trazendo uma mistura de aprendizado, desafios e crescimento pessoal e profissional, como foi durante todo o curso desde o início. O processo de pesquisa, desde a escolha do tema até a análise detalhada dos dados, foi intenso e bem desafiador, mas a cada novo parágrafo me sentia mais confiante e me sentia mais grata por tudo. Mergulhar no universo das telenovelas de uma forma diferente do que apenas o consumo quase diário que faço, ainda mais dentro das que vêm da Turquia, e explorar como as redes sociais moldam a maneira como esses conteúdos são consumidos, foi uma experiência enriquecedora, mostrando como é importante saber cada vez mais sobre esse método de disseminação de informações e as interações culturais mediadas pela tecnologia.

A Amanda que sai deste processo é principalmente mais madura, mais crítica, com um olhar mais atento às mudanças da comunicação e das novas formas de mídia, além de ainda mais curiosa. Aprendi a importância do impacto cultural das redes sociais e como elas transformam a relação entre o público e os produtos midiáticos. Antes, eu apenas as utilizava da mesma maneira que todos, mas agora sei o quanto essas “conversas” são relevantes. Sinto que este trabalho não apenas consolidou meu conhecimento acadêmico, mas também despertou em mim o desejo de continuar explorando este campo de pesquisa. Com isso, acredito que o caminho acadêmico é uma opção que faz cada vez mais sentido, e me vejo buscando mais aprofundamento e especialização na área da comunicação nos próximos anos. Meu desejo, na realidade, é nunca parar de estudar; pretendo, sim, quem sabe, fazer um mestrado, um doutorado, além de especializações em áreas de meu interesse.

REFERÊNCIAS

- BECKER, Howard S. **Métodos de pesquisas em ciências sociais**. 4. ed. São Paulo: Hucitec. 1999.
- BRAGA, Cláudia. Melodrama: aspectos gerais do gênero matriz da novela. In: **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Uerj, Rio de Janeiro, RJ. nº 28, 2005.
- CHAVES, Rafaele. Séries turcas no Brasil. In: Site Valkirias, 31 Mar. 2023. Disponível em: <https://valkirias.com.br/series-turcas-no-brasil>. Acesso em: 15 Out. 2023.
- COELHO, Brenda; LIRA, Thainá; ALMEIDA, Cecília. A Cultura de Convergência e de Participação em *Sen Çal Kapımı*: Um Estudo Sobre os Perfis de Fãs. In: **44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – VIRTUAL, 2021.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas. 2012.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Fragmentos de uma analítica da midiatização**. Matrizes, São Paulo, v. 1, n. 2, abr. 2008.
- FERREIRA, Caroline. Conheça Can Yaman, galã turco que tumultuou aeroporto brasileiro. In: Site CNN Brasil, 31 Mar. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/conheca-can-yaman-gala-turco-que-tumultuou-aeroporto-brasileiro/>. Acesso em: 10 Jul. 2024.
- FERREIRA, G. C. . O resgate do melodrama: Uma análise do interesse das telespectadoras brasileiras pelas narrativas melodramáticas clássicas a partir da recepção da telenovela turca Fatmagül. In: **Congresso Internacional em Comunicação e Consumo** – USP, 2018.
- FREITAS, Rafaela; CHAVES, Rafaele. *Sen Çal Kapımı* e a força dos fãs e das redes sociais. In: Site Valkirias, 18 Ago. 2023. Disponível em: <https://valkirias.com.br/sen-cal-kapimi-e-a-forca-dos-fas-e-das-redes-sociais/>. Acesso em: 15 Out. 2023.
- GATO, Ana Clara. Batedoras de Porta em Ação: A busca por visibilidade para *Sen Çal Kapımı* no Twitter. Universidade Federal do Amazonas, Trabalho de Conclusão de Curso, 2021.
- GSHOW. Novelas turcas no Globoplay: conheça as tramas e suas sinopses. In: Site GSHOW, 16 Jun. 2023. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/novelas-turcas-no-globoplay-conheca-as-tramas-e-suas-sinopses.ghtml>. Acesso em: 29 Set. 2024.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LA PASTINA, Antonio C.; RÉGO, Cacilda M.; STRAUBHAAR, Joseph D. **A centralidade das novelas na vida cotidiana da América Latina**: tendências passadas, conhecimento atual e pesquisas futuras. Universidade Texas A&M, 2005.

MARTINO, Luis Mauro de Sá. **Métodos de Pesquisa em Comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

MARTINS, Viviane Sales; SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro dos. Do melodrama à novela: das lágrimas ao retrato do cotidiano. In: **XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste** – Brasília, nº 11, 2009.

MOURENZA, Andrés. Turquia: la inesperada fábrica global de telenovelas. In: Site Jornal El País, 07 Jun. 2020. Disponível em: <https://elpais.com/internacional/2020-06-06/turquia-la-inesperada-fabrica-global-de-telenovelas.html>. Acesso em: 15 Out. 2023.

NERY, Erick Matheus. Novelas mexicanas completam 40 anos no Brasil e viram trunfo no streaming. In: Notícias da Tv, 05 Abr. 2022. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/novelas-mexicanas-completam-40-anos-no-brasil-e-viram-trunfo-no-streaming-78438>. Acesso em: 10 Mai. 2024.

PEDROSO, Daniel. Interações entre a televisão e o telespectador na Sociedade em vias de midiatização: Um estudo de caso do quadro *A Empregada mais cheia de charme do Brasil* do programa Fantástico. 2015. 282 f. Doutorado em Ciências da Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2015.

PONTES, Enoe Lopes; SANTOS, Cristina Mascarenhas. O comportamento dos fandoms a partir do ato de shippar: um estudo de caso em *Once Upon a Time*. In: **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo – SP, 39., 2016.

REDAÇÃO, SBT. Há 36 anos o SBT exibiu a primeira novela mexicana, você sabe qual é?. In: SBT na Web, 05 ABR. 2018. Disponível em: <https://www.sbt.com.br/variedades/sbt-na-web/fiquepordentro/106008-ha-36-anos-o-sbt-exibia-a-primeira-novela-mexicana-voce-sabe-qual-e>. Acesso em: 15 Jun. 2024.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SACCHITIELLO, Bárbara. A onda de sucesso das novelas turcas entre o público brasileiro. In: Site Meio e Mensagem, 1 Nov. 2024 - 15h36. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/a-onda-de-sucesso-das-novelas-turcas-entre-o-publico-brasileiro>. Acesso em: 10 Nov. 2024.

SAFNER, Cadu. Sen Çal Kapımı, a nova novela turca da HBO Max que fez Game of Thrones comer poeira. In: Observatório da TV, 13 Mar. 2022. Disponível em:

<https://observatoriodatv.com.br/colunas/cadu-safner/sen-cal-kapimi-a-nova-novela-turca-da-hbo-max-que-fez-game-of-thrones-comer-poeira>. Acesso em: 10 Mar. 2024.

SANTOS, Ana Paula Daros; SILVA, Sandra Rúbia. Fandom na cultura digital: as práticas de participação e produção social dos legenders brasileiros de séries e filmes estrangeiros. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação – Foz do Iguaçu**, 2 a 5/9/2014.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Boookman, 2001.

WOOLLEY, Christine. **Visible Fandom**: Reading The X-Files Through X-Philes. Illinois: university of Illinois Press, 2001.