

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GABRIELLE CAMILLE ALVES FERREIRA

A DESCOBERTA DA TURQUIA PELOS LATINO-AMERICANOS: A RECEPÇÃO  
DA FICÇÃO TELEVISIVA TURCA NO BRASIL E NO URUGUAI

CURITIBA

2021

GABRIELLE CAMILLE ALVES FERREIRA

A DESCOBERTA DA TURQUIA PELOS LATINO-AMERICANOS: A RECEPÇÃO  
DA FICÇÃO TELEVISIVA TURCA NO BRASIL E NO URUGUAI

Dissertação apresentada como requisito parcial à  
obtenção do grau de mestre em Comunicação,  
Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Setor  
de Artes, Comunicação e Design, Universidade  
Federal do Paraná.

Orientadora: Profa. Dra. Valquíria Michela John

CURITIBA

2021

Catálogo na publicação  
Sistema de Bibliotecas UFPR  
Biblioteca de Artes, Comunicação e Design/Cabral  
(Elaborado por: Sheila Barreto (CRB 9-1242))

Ferreira, Gabrielle Camille Alves

A descoberta da Turquia pelos latino-americanos: a recepção da ficção televisiva turca no Brasil e no Uruguai. / Gabrielle Camille Alves Ferreira – Curitiba, 2021.  
146 f. il. color.

Orientadora: Profª. Dra. Valquíria Michele John.

Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2021.

1. Comunicação. 2. Telenovela. 3. Melodrama. 4. América Latina. I. Título.

CDD 302.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO -  
40001016071P8

## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de GABRIELLE CAMILLE ALVES FERREIRA intitulada: A descoberta da Turquia pelos latino-americanos: A recepção da ficção televisiva turca no Brasil e no Uruguai, sob orientação da Profa. Dra. VALQUIRIA MICHELA JOHN, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 29 de Junho de 2021.

Assinatura Eletrônica

07/07/2021 17:35:26.0

VALQUIRIA MICHELA JOHN

Presidente da Banca Examinadora (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

07/07/2021 17:46:15.0

LOURDES ANA PEREIRA SILVA

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE DE SANTO AMARO)

Assinatura Eletrônica

07/07/2021 19:56:42.0

REGIANE REGINA RIBEIRO

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

---

Rua Bom Jesus, 650 - CURITIBA - Paraná - Brasil

CEP 80035-010 - Tel: (41) 3313-2025 - E-mail: ppgcom@ufpr.br

Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.

Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 98802

**Para autenticar este documento/assinatura, acesse <https://www.prppg.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp> e insira o código 98802**

## AGRADECIMENTOS

Palavras não são suficientes para agradecer o que tantas pessoas fizeram e fazem por mim. Ainda assim, quero deixar registrada minha gratidão a cada um que ajudou na construção desse trabalho.

Agradeço aos meus pais e ao meu irmão pelo amor, paciência e generosidade que me tornaram a pessoa que sou hoje.

Agradeço ao Carlos por me ensinar tanto e sonhar junto comigo.

Agradeço aos meus amigos, em especial Débora, Marília e Victor, por tornarem essa jornada mais leve

Agradeço à professora Valquíria por ter me guiado ao longo do desenvolvimento desse trabalho.

Agradeço às professoras Lourdes e Regiane pelos apontamentos feitos na qualificação e na defesa.

Agradeço à UFPR pela formação acadêmica.

Agradeço à CAPES pela concessão da bolsa.

Agradeço aos telespectadores de ficção televisiva turca por terem compartilhado suas experiências e conhecimentos comigo.

Muito obrigada a todos vocês. Espero um dia ser capaz de retribuir o apoio que recebi.

“Son paisanos y son gabachos y cada cosa con una intensidad rabiosa: con un fervor contenido pueden ser los ciudadanos más mansos y al tiempo los más quejumbrosos aunque a baja voz. Tienen gestos y gustos que revelan una memoria antiquísima y asombros de gente nueva. Y de repente hablan. Hablan una lengua intermedia con la que Makina simpatiza de inmediato porque es como ella: maleable, deleble, permeable, un gozne entre dos semejantes distantes y luego entre otros dos, y luego entre otros dos, nunca exactamente los mismos, un algo que sirve para poner en relación. Más que un punto medio entre lo paisano y lo gabacho su lengua es una franja difusa entre lo que desaparece y lo que no ha nacido. Pero no una hecatombe.”

Yuri Herrera  
Señales que precederán al fin del mundo (2009)

## RESUMO

A Turquia figura em segundo lugar no ranking de maiores exportadores de ficção televisiva, e os títulos turcos já foram vendidos para quase 150 países ao redor do mundo em um período de pouco mais de uma década. O sucesso da indústria televisiva turca é tamanho que as produções do país chegaram a destinos geograficamente e culturalmente distantes, como a América Latina. Na região, as produções turcas são frequentemente comparadas às telenovelas latino-americanas por conta dos enredos melodramáticos, inclusive recebendo a denominação de “telenovelas turcas”. A estrutura melodramática também é apontada como um aspecto que aproxima o público latino-americano dessas narrativas, já que, apesar de serem provenientes de outra cultura, os telespectadores estão familiarizados com as regras do melodrama. Diante desse fenômeno, recorremos à teoria das mediações de Martín-Barbero (2013) para compreender as relações entre a estrutura melodramática da ficção televisiva turca e a preferência dos telespectadores brasileiros e uruguaios. A partir dos dados coletados por meio de questionários online e entrevistas em profundidade, verificamos que o público em ambos os países é composto majoritariamente por mulheres acima dos 40 anos que se interessam pela cultura, valores e tradições da Turquia, e apreciam a maneira como o romance é retratado na ficção televisiva turca. Constatamos também uma forte identificação com o melodrama clássico das narrativas turcas. Essa identificação é maior do que com as narrativas latino-americanas atuais, que são criticadas justamente pelas inovações que buscam incorporar as mudanças culturais na matriz melodramática. Ao mesmo tempo, os telespectadores brasileiros e uruguaios rejeitam alguns aspectos culturais da sociedade turca refletida nas narrativas, como a desigualdade de gênero. Nesse processo, observamos que as mediações das narrativas, das identidades e das redes, reestruturadas pelas tecnicidades, se articulam para redefinir fronteiras geográficas e simbólicas e reorientar modos de leitura e de produção de conhecimento a partir da ficção televisiva turca.

Palavras-chave: Ficção televisiva turca. Telenovela. Melodrama. Estudos de recepção. América Latina.

## ABSTRACT

In just over a decade, Turkey became the second-largest television exporter worldwide. Turkish dramas have already been sold to almost 150 countries, even reaching geographically and culturally distant destinations, such as Latin America. In the region, Turkish dramas are called “Turkish telenovelas” due to their similarity to Latin American telenovelas. Both formats derive from melodrama, which might explain the success of Turkish dramas among Latin American audiences: even though they come from another culture, viewers are acquainted with the genre. Considering this phenomenon, we use Martín-Barbero's (2013) mediation theory to understand the relation between the melodramatic structure of Turkish dramas and the preference of Brazilian and Uruguayan audiences. According to data collected through online questionnaires and in-depth interviews, audiences in both countries are mainly composed of women over 40 years old. These women are interested in Turkish culture, values, and traditions, and they appreciate how romance is portrayed in Turkish dramas. Our findings also show that Brazilian and Uruguayan audiences feel a strong identification with the classic melodramatic structure of Turkish dramas. They do not feel the same degree of identification with current Latin American telenovelas, which are criticized precisely due to the innovations that incorporate cultural changes to the melodramatic structure. At the same time, Brazilian and Uruguayan audiences reject some aspects of Turkish culture reflected in the dramas, such as gender inequality. In this reception process, we highlight how the mediations of narratives, identities, and networks, restructured by technicalities, are redefining geographic and symbolic borders while recreating ways of reading and producing knowledge.

Keywords: Turkish television fiction. Telenovela. Melodrama. Reception studies. Latin America.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – EXPANSÃO DA FICÇÃO TELEVISIVA TURCA ENTRE 2010 E 2018..	54
FIGURA 2 – FUSÃO DOS TRÊS ÚLTIMOS MAPAS DAS MEDIAÇÕES.....	78
FIGURA 3 – MODELO INTERPRETATIVO “THE WORLD IN THE HEAD” .....	81
FIGURA 4 – GÊNERO DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS.	83
FIGURA 5 – DISTRIBUIÇÃO DE FAIXAS ETÁRIAS DE TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS .....	84
FIGURA 6 – ESCOLARIDADE DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS.....	85
FIGURA 7 – ESCOLARIDADE DOS TELESPECTADORES URUGUAIOS .....	85
FIGURA 8 – ESTADO CIVIL DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS .....	86
FIGURA 9 – RELIGIÃO DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS .....	87
FIGURA 10 – SERVIÇOS DE STREAMING UTILIZADOS POR TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS.....	88
FIGURA 11 – TIPOS DE PROGRAMAS ASSISTIDOS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS .....	89
FIGURA 12 – EMISSORAS DE TELEVISÃO QUE EXIBEM AS TELENÓVELAS PREFERIDAS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS .....	90
FIGURA 13 – EMISSORAS QUE EXIBEM AS TELENÓVELAS PREFERIDAS PELOS TELESPECTADORES URUGUAIOS .....	91
FIGURA 14 – FREQUÊNCIA COM QUE OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS ASSISTEM A TELENÓVELAS PELA TELEVISÃO .....	92
FIGURA 15 – FREQUÊNCIA COM QUE OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS ASSISTEM A TELENÓVELAS POR OUTROS MEIOS QUE NÃO A TELEVISÃO.....	92
FIGURA 16 – TEMÁTICAS QUE MAIS INTERESSAM OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS NAS TELENÓVELAS .....	93
FIGURA 17 – TELENÓVELAS QUE MAIS MARCARAM OS TELESPECTADORES BRASILEIROS.....	94
FIGURA 18 – TELENÓVELAS QUE MAIS MARCARAM OS TELESPECTADORES URUGUAIOS.....	95

FIGURA 19 – COMO OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS CONHECERAM AS TELENOVELAS TURCAS.....	97
FIGURA 20 – COMO OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS ASSISTEM A TELENOVELAS TURCAS.....	97
FIGURA 21 – QUANTIDADE DE TELENOVELAS TURCAS ASSISTIDAS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS.....	98
FIGURA 22 – TÍTULOS TURCOS FAVORITOS DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS.....	99
FIGURA 23 – TÍTULOS TURCOS FAVORITOS DOS TELESPECTADORES URUGUAIOS.....	99
FIGURA 24 – ORIGEM DAS SÉRIES/TELENOVELAS ASSISTIDAS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS QUE ASSISTEM A SÉRIES/TELENOVELAS DE OUTRAS ORIGENS ALÉM DA TURQUIA .....	100
FIGURA 25 – ELEMENTOS QUE MAIS INTERESSAM OS TELESPECTADORES BRASILEIROS NAS TELENOVELAS TURCAS .....	101
FIGURA 26 – ELEMENTOS QUE MAIS INTERESSAM OS TELESPECTADORES URUGUAIOS NAS TELENOVELAS TURCAS .....	101

## **LISTA DE QUADROS**

QUADRO 1 – CATEGORIAS DE PERGUNTAS DOS QUESTIONÁRIOS.....	73
QUADRO 2 – PERFIL DOS TELESPECTADORES ENTREVISTADOS.....	76
QUADRO 3 – TEMÁTICAS ABORDADAS NAS ENTREVISTAS.....	77
QUADRO 4 – ASPECTOS INTRA-TRAMA .....	110
QUADRO 5 – ASPECTOS EXTRA-TRAMA .....	123

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1. INTRODUÇÃO.....	15
2. MELODRAMA E TELENOVELA .....	20
2.1. A HISTÓRIA DO MELODRAMA .....	20
2.2. A ESTRUTURA MELODRAMÁTICA .....	22
2.3. O MELODRAMA EM CAPÍTULOS .....	23
2.4. DESDOBRAMENTOS NA AMÉRICA LATINA.....	24
2.5. OUTROS DESDOBRAMENTOS DO MELODRAMA .....	30
2.5.1. LESTE E SUDESTE DA ÁSIA.....	31
2.5.2. ORIENTE MÉDIO E NORTE DA ÁFRICA.....	33
3. FICÇÃO TELEVISIVA TURCA .....	35
3.1. A HISTÓRIA DA TELEVISÃO NA TURQUIA.....	35
3.2. AS EXPORTAÇÕES PARA O MUNDO ÁRABE.....	38
3.3. A CHEGADA NOS BÁLCÃS.....	41
3.4. A POPULARIDADE NA AMÉRICA LATINA .....	44
3.5. PANORAMA DA EXPANSÃO GLOBAL.....	53
4. CENÁRIO TELEVISIVO NO BRASIL E NO URUGUAI .....	56
4.1. BRASIL.....	56
4.2. URUGUAI.....	61
5. PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO .....	65
5.1. ESTUDOS DE RECEPÇÃO E TELENOVELA .....	65
5.2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	69
5.2.1. PESQUISA EXPLORATÓRIA .....	69
5.2.2. APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS.....	72
5.2.3. REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS.....	74
5.2.4. ANÁLISE DO MATERIAL COLETADO .....	78
6. PERFIL DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS .....	83
6.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS .....	83

6.2.	CONSUMO MUDIÁTICO.....	88
6.3.	RELAÇÃO COM A FICÇÃO TELEVISIVA TURCA.....	96
7.	PERCEPÇÕES E APROPRIAÇÕES DAS NARRATIVAS TURCAS .....	106
7.1.	MEDIAÇÕES.....	106
7.1.1.	IDENTIDADES .....	106
7.1.2.	NARRATIVAS .....	108
7.2.	SUPER-TEMAS.....	109
7.2.1.	ASPECTOS INTRA-TRAMA .....	109
7.2.1.1.	FORMATO.....	110
7.2.1.2.	TEMÁTICAS .....	114
7.2.1.3.	PARTICULARIDADES .....	120
7.2.2.	ASPECTOS EXTRA-TRAMA .....	123
7.2.2.1.	INTERAÇÃO SOCIAL .....	123
7.2.2.2.	PRÁTICAS DE CONSUMO .....	127
7.2.2.3.	DESENVOLVIMENTO PESSOAL .....	130
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	131
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>135</b>
	<b>APÊNDICE 1 – TESES E DISSERTAÇÕES SOBRE A RECEPÇÃO DA TELENOVELA DESENVOLVIDAS ENTRE 2010- 2019.....</b>	<b>140</b>
	<b>APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO EM PORTUGUÊS.....</b>	<b>142</b>
	<b>APÊNDICE 3 – QUESTIONÁRIO EM ESPAÑHOL.....</b>	<b>145</b>

## APRESENTAÇÃO

Em julho de 2015, uma publicação chamou a minha atenção no Twitter. Não me lembro das exatas palavras, mas era algo como: “Fatmagul, a segunda novela turca da Band, estreia essa semana. Clique e saiba mais!” Nessa hora, minha cabeça deu um nó. Novela turca? Na Band? E ainda por cima a segunda, sugerindo que já havia outra antes dela? É claro que eu cliquei para saber mais, mas não foi o suficiente. Decidi assistir à tal novela turca.

Eu assisti Fatmagul com legendas em inglês num site que encontrei com muita dificuldade. Alguns capítulos estavam faltando, aliás. Mas isso não me impediu de me envolver com a história da jovem que sofre um estupro coletivo e é pressionada a se casar com o amigo dos estupradores que testemunhou o crime sem fazer nada para ajudá-la. Na época, fiquei completamente obcecada pela busca por justiça de Fatmagul.

Meus sentimentos em relação à Fatmagul eram controversos. A história é um tanto problemática: Fatmagul acaba se apaixonando por Kerim, o sujeito com quem se casou contra sua vontade. Logo, todo o trauma que ela passou acabou sendo um pouco romantizado. Mesmo assim, aceitei a trajetória de redenção de Kerim. Também me interessei pela cultura turca e fui atrás de mais informações sobre as novelas turcas. Isso me levou ao início da minha jornada enquanto pesquisadora.

No final de 2016, precisava entregar meu pré-projeto de trabalho de conclusão de curso, mas ainda não tinha uma ideia definida. Por isso, abordei a professora Valquíria para dividir com ela minhas ideias mirabolantes de pesquisar o Estado Islâmico. Minha intenção era entender o processo de recrutamento de novos membros pelas redes sociais. Felizmente, a professora Valquíria abriu meus olhos para o potencial de investigar mais a fundo o fenômeno das novelas turcas. Além de relevante, esse tema não representava perigo a minha integridade.

Meu trabalho de conclusão de curso foi um estudo sobre a recepção de Fatmagul no Brasil. A experiência foi fascinante: ao mesmo tempo que me familiarizei com o desenvolvimento de uma pesquisa acadêmica, também aprendi muito com as telespectadoras que participaram da pesquisa. Claro, todo esse aprendizado me levou a muitas outras questões relacionadas à popularidade das novelas turcas. Essas questões, por sua vez, culminaram nessa dissertação.

Apesar de estar orgulhosa do resultado dessa pesquisa, já estou atormentada por novas questões. Mas, ainda que eu dê conta apenas de uma pequena parcela do fenômeno

da ficção televisiva turca na América Latina, estou confiante de que consegui registrar um pouco do que essas séries/novelas turcas representam hoje no Brasil e no Uruguai. Espero que esse breve panorama possa trazer informação e despertar curiosidade. Essa curiosidade não precisa ser necessariamente acadêmica: quem sabe, como eu fiz em 2015, você decida assistir a uma produção turca para descobrir do que se trata.

## 1. INTRODUÇÃO

No livro *A descoberta da América pelos turcos* (1994), Jorge Amado narra a chegada dos imigrantes Jamil Bichara e Raduan Murad ao sul da Bahia no início do século XX. Apesar do título da obra, os protagonistas não eram turcos: Jamil era sírio, e Raduan era libanês. “Turco” era uma denominação dada equivocadamente a todos os imigrantes de origem árabe no Brasil e em outros países da América Latina, já que eles portavam documentos emitidos pelo antigo Império Otomano.

Na verdade, Turquia e América Latina tiveram pouco contato ao longo da história. Possivelmente por conta disso, é comum que o país seja lembrado apenas pelas imagens com ares de exotismo e misticismo: bazares abarrotados de lustres, tapetes e especiarias, dervixes rodopiando com seus longos mantos brancos e chapéus de feltro, balões colorindo a paisagem rochosa da Capadócia e mulheres cobertas pelo véu islâmico. No entanto, uma Turquia diferente está sendo descoberta pelos latino-americanos graças à ficção televisiva turca.

A história da ficção televisiva turca é bastante recente se comparada à trajetória de mais de meio século das telenovelas latino-americanas. As *dizi*,<sup>1</sup> como originalmente são chamadas as “séries”, “dramas” ou “telenovelas” turcas, começaram a ser desenvolvidas em maior escala apenas no final da década de 1990, e as exportações só se tornaram mais significativas em meados dos anos 2000 (YESIL, 2015). Mas, embora jovem, a indústria turca já conquistou grande destaque no cenário internacional. Atualmente, a Turquia figura em segundo lugar no ranking de maiores exportadores de ficção televisiva, atrás apenas dos Estados Unidos,<sup>2</sup> e já exportou cerca de 150 títulos para mais de 140 países ao redor do planeta em pouco mais de uma década.<sup>3</sup>

A princípio, os principais compradores da ficção televisiva turca eram Cazaquistão e Uzbequistão, países que compartilham particularidades culturais e antecedentes históricos com a Turquia. Depois, em 2008, a série *Gümüş*<sup>4</sup> estreou no

---

<sup>1</sup> Ao longo do trabalho, usaremos os termos “telenovela” e “séries” para fazer referência à ficção televisiva turca. Como explicaremos adiante, a ficção televisiva turca se aproxima daquilo que entendemos como séries, mas a televisão latino-americana atribuiu o termo “telenovelas turcas” a essas produções.

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/sep/13/turkish-tv-magnificent-century-dizi-taking-over-world>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://elpais.com/internacional/2020-06-06/turquia-la-inesperada-fabrica-global-de-telenovelas.html>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>4</sup> *Gümüş* não foi exibida na televisão brasileira.

Oriente Médio e no Norte da África, regiões culturalmente próximas da Turquia, sobretudo no âmbito religioso. No mesmo ano, *Binbir Gece*<sup>5</sup> começou a ser exibida na Bulgária e, no ano seguinte, a transmissão das séries turcas se expandiu para os demais países da península balcânica, que dividem um passado conturbado com a Turquia por conta dos quase cinco séculos sob domínio do Império Otomano. No entanto, as exportações não se restringiram aos países que guardam similaridades com a Turquia. Nos anos seguintes, a ficção televisiva turca chegou a destinos mais distantes, tanto geograficamente quanto culturalmente. É o caso da América Latina.

Em 2014, a emissora chilena Mega foi a primeira na América Latina a se atentar para o fenômeno da ficção televisiva turca. Em um cenário de crise, o canal de televisão foi na direção oposta de seus concorrentes, que produziam as próprias telenovelas, e investiu na importação das *dizi*. A primeira aposta foi *Las mil y una noches (Binbir Gece)* em uma versão dublada e adaptada para o formato de telenovela.<sup>6</sup> O enredo melodramático das narrativas turcas, com forte carga sentimentalista, maniqueísta e moralista refletida em personagens arquetípicos, aproxima a série das narrativas latino-americanas. Mas, como originalmente as produções turcas possuem episódios de cerca de duas horas, veiculados uma vez por semana e divididos em temporadas, foi necessário eliminar cenas ou dividir episódios em dois ou mais, de maneira que os capítulos tivessem no máximo cinquenta minutos de duração e pudessem ser levados ao ar diariamente. A partir dessa mudança, a ficção televisiva turca recebeu a denominação de “telenovela turca” (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015).

*Las mil y una noches* foi o programa de ficção mais visto na televisão chilena em 2014. O segundo lugar na disputa pela audiência foi ocupado por *¿Qué Culpa Tiene Fatmagul? (Fatmagül’ün Suçu Ne?)*, outra telenovela turca transmitida pela Mega, deixando para trás os títulos nacionais e ibero-americanos. No ano seguinte, sob influência dos resultados positivos no Chile, a ficção televisiva turca invadiu a televisão latino-americana e as emissoras de língua espanhola dos Estados Unidos:<sup>7</sup> seis produções foram veiculadas na Argentina, onze no Chile, duas no Equador, quatro nos Estados

---

<sup>5</sup> Como veremos mais adiante, *Binbir Gece* recebeu o título de *Mil e uma noites* no Brasil e *Las mil y una noches* nos demais países da América Latina.

<sup>6</sup> Tendo como base o trabalho de Mungiolí (2018), entendemos a telenovela como um formato do gênero ficção seriada televisiva.

<sup>7</sup> No ano de 2015, haviam sete emissoras nacionais de televisão aberta voltadas ao público hispanofalante que vive nos Estados Unidos: Univision, Telemundo, UniMás, EstrellaTV, MundoMax, Azteca e Vme.

Unidos, sete no Peru, seis no Uruguai e duas no Brasil (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016).

No Brasil, país com uma indústria audiovisual bem estabelecida, a Rede Bandeirantes foi a primeira emissora a investir nas telenovelas turcas. A produção de estreia foi *Mil e uma noites (Binbir Gece)*, exibida durante o horário nobre em substituição à série norte-americana *Glee*. A média de audiência logo saltou de um para três pontos e, apesar dos números não irem muito além disso, eram inéditos para a Band. Com a telenovela sucessora, *Fatmagul: a força do amor (Fatmagül'ün Suçu Ne?)*, o canal chegou a marcar uma média de quatro pontos, com picos de cinco pontos. A produção também mobilizou os telespectadores nas redes sociais<sup>8</sup> (FERREIRA, 2017).

Ao todo, a Band veiculou sete títulos turcos diferentes entre 2015 e 2019, até que, devido aos índices de audiência insatisfatórios, decidiu dar lugar à telenovela portuguesa *Ouro verde*.<sup>9</sup> Em 2020, o Viva, canal por assinatura pertencente à Globosat, incluiu as telenovelas turcas em sua programação, mas apenas no período da madrugada. Sem espaço na televisão, os telespectadores de telenovelas turcas migraram para o ambiente online. Eles recorreram às produções disponíveis em serviços de streaming como a Netflix, e também se organizaram para traduzir, legendar, distribuir os episódios por conta própria.

No Uruguai, que historicamente já consumia ficção televisiva estrangeira para suprir a ausência de uma indústria nacional consolidada, a origem dos títulos veiculados vem se alterando consideravelmente. Até então, as produções levadas ao ar na televisão aberta uruguaia eram importadas de países latino-americanos como Argentina e Brasil, mas, em 2015, o Saeta Canal 10 estreou *Las mil y una noches*. A produção turca figurou em segundo lugar no ranking de programas de ficção mais vistos do ano, atrás apenas de *¿Qué culpa tiene Fatmagul?*, também exibida pelo Saeta Canal 10 (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). Em 2016, foram exibidas nove telenovelas turcas, e três lideraram a audiência no país. Enquanto isso, as telenovelas argentinas e as brasileiras da Rede Globo perderam espaço. Apenas *Moisés y los diez mandamentos (Os dez mandamentos)*, telenovela bíblica da RecordTV, alcançou maior destaque, sendo o programa ficcional de

---

<sup>8</sup> Como trabalho de conclusão de curso na graduação, desenvolvi, com a orientação da professora Valquíria, uma pesquisa sobre a recepção da telenovela turca *Fatmagul* no Brasil.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2019/07/15/com-criticas-a-dublagem-ouro-verde-estreia-superando-antecessora-na-band-131187.php>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

origem ibero-americana mais visto naquele ano (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017). Em 2017, foram transmitidos 11 títulos turcos, e três encabeçaram o ranking de programas de ficção mais vistos na televisão uruguaia (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018). Em 2018, o número de produções turcas exibidas caiu para oito, mas, mesmo assim, a telenovela *Mi vida eres tú (Vatanım Sensin)* foi o programa de ficção de maior audiência no país (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2019). Em 2019, dos 22 títulos de ficção que estrearam na televisão uruguaia, 10 eram turcos (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2020).

Diante da repercussão da ficção televisiva turca na América Latina, decidimos investigar esse fenômeno a partir da recepção no Brasil e no Uruguai. Selecionamos esses dois países por conta do papel importante representado pelas telenovelas nas identidades nacionais e das dinâmicas distintas de consumo, especialmente em relação às telenovelas turcas. Logo, o questionamento que norteia nossa pesquisa é: como os elementos melodramáticos das narrativas da ficção televisiva turca são percebidos e apropriados pelos telespectadores brasileiros e uruguaios? Nosso principal objetivo é compreender as relações entre a estrutura melodramática da ficção televisiva turca e a preferência dos telespectadores brasileiros e uruguaios. Ao longo da pesquisa, esperamos também, como objetivos específicos, traçar um perfil geral dos telespectadores brasileiros e uruguaios, identificar as similaridades e as diferenças estruturais e temáticas existentes entre a ficção televisiva turca e as telenovelas brasileiras a partir da percepção dos telespectadores, e verificar as aproximações e distanciamentos na recepção da ficção televisiva entre telespectadores brasileiros e uruguaios.

Para atingir nossos objetivos, desenvolveremos um estudo de recepção. Essa denominação é dada aos trabalhos acadêmicos que buscam compreender o processo de produção de sentidos dos sujeitos às narrativas midiáticas, aos gêneros e formatos (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005). Como grande parte dos trabalhos que investigam a recepção da telenovela (JACKS, 2014, 2017), nos basearemos na teoria das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2013), sobretudo nas mediações das narrativas e identidades (RINCÓN, 2019).

A metodologia que empregamos combina técnicas quantitativas e qualitativas para obter uma visão ampla do processo de recepção. Em um primeiro momento, distribuimos um questionário online entre telespectadores brasileiros e uruguaios para obter uma perspectiva quantitativa da recepção da ficção televisiva turca nos dois países. Depois, realizamos entrevistas com uma seleção de voluntários brasileiros e uruguaios com a finalidade de entender as apropriações dos elementos melodramáticos das

narrativas da ficção televisiva turca a partir de um ponto de vista qualitativo. Para analisar as entrevistas, articulamos o quarto mapa das mediações de Martín-Barbero (2017) com o modelo interpretativo proposto por Jensen (1998). Também recorremos a discussões sobre melodrama, telenovela, fluxos transnacionais de ficção televisiva, identidade e gênero.

No primeiro capítulo, discutiremos a trajetória do gênero melodrama ao longo dos séculos, suas características e seus desdobramentos. No segundo, abordaremos a história da televisão na Turquia, o desenvolvimento da ficção televisiva do país, as principais características dessas produções e a repercussão no mercado global. No terceiro, contextualizaremos o histórico e o cenário atual da televisão no Brasil e no Uruguai. No quarto, exploraremos o percurso dos estudos de recepção latino-americanos ao longo das décadas e detalharemos como nossa pesquisa será conduzida. No quinto, apresentaremos os dados sobre o perfil demográfico e hábitos de consumo dos telespectadores brasileiros e uruguaios de ficção televisiva turca coletados por meio do questionário online. No sexto, examinaremos como os elementos melodramáticos das narrativas da ficção televisiva turca são percebidos e apropriados por telespectadores brasileiros e uruguaios a partir da análise das entrevistas. Ao final, esperamos mostrar como os telespectadores brasileiros e uruguaios estão descobrindo a Turquia – e o papel do melodrama nesse processo.

## 2. MELODRAMA E TELENVELA

Desde seu nascimento no século XVIII, o gênero melodrama é visto com desprezo, e o adjetivo “melodramático” é frequentemente utilizado em tom pejorativo para descrever algo que exagera nos sentimentos. Mas, apesar do desdém em torno do gênero, ele está constantemente se reinventando. Desde o romance-folhetim e a radionovela até o cinema hollywoodiano, as telenovelas latino-americanas e, mais recentemente, a ficção televisiva turca, a fórmula melodramática continua conquistando o público ao redor do mundo e se mantendo relevante. Neste capítulo, discutiremos a trajetória do melodrama ao longo dos séculos, suas características e seus desdobramentos.

### 2.1. A HISTÓRIA DO MELODRAMA

A palavra “melodrama” surgiu na Itália do século XVII para designar os dramas totalmente cantados. Mas, na França, o termo assumiu um outro sentido: em 1775, Jean-Jacques Rousseau usou “melodrama” para descrever sua peça *Pigmalião (Pygmalion)*, breve monólogo entrecortado por frases musicais. A partir de então, “melodrama” se tornou uma expressão utilizada para classificar peças que se apoiavam na música e fugiam aos critérios clássicos de categorização (THOMASSEAU, 2005).

Ao redor do ano de 1795, “melodrama” passou a se referir a um gênero específico que crescia na França pós-revolucionária: a pantomima muda ou dialogada e o drama de ação. Na época, como tende a ocorrer em sociedades em crise, guerra ou revolução, havia um grande entusiasmo da população pelo teatro (THOMASSEAU, 2005). No entanto, o país havia proibido os teatros populares como medida para combater o alvoroço causado pelas apresentações, permitindo ao povo apenas as peças sem diálogos. A medida transformou radicalmente os espetáculos, que tiveram que recorrer à mímica e aos estratagemas cênicos, como cartazes ou faixas com as falas que correspondiam às ações dos atores e canções que estimulavam a participação do público (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Em 1800, a fórmula definitiva do melodrama foi fixada por *Coelina ou a criança do mistério (Coelina ou l'enfant du mystère)*, de René-Charles Guilbert de Pixérécourt. A peça retratava essencialmente a luta do bem contra o mal, sendo o primeiro representado na figura da pura Coelina e o segundo encarnado pelo perverso Truguelin. Ao longo da narrativa, reviravoltas se desenrolavam uma atrás da outra: eram coincidências

mirabolantes, casamentos secretos, falsas paternidades, tramoias malignas e perseguições fatigantes. Mas, ao final, a justiça era alcançada com Truguelin sendo capturado por policiais, e o espetáculo então se encerrava alegremente com balé e música. *Coelina ou a criança do mistério* foi consagrada pelo público e pela crítica, e, segundo Pixérécourt, chegou a ser representada 387 vezes em Paris e 1989 vezes nas províncias do interior. Além disso, a combinação original de elementos serviu como referência para as peças melodramáticas posteriores (THOMASSEAU, 2005).

O melodrama se estabeleceu como um espetáculo total direcionado ao povo. Com a ausência das palavras faladas, o visual e o sonoro eram priorizados, e se traduziam na forma de música, efeitos sonoros, dança e, acima de tudo, emoções. Essas características, somadas às narrativas maniqueístas que despertavam o impulso de justiça e de humanidade dos espectadores, construíam uma forte cumplicidade entre os atores e o público (MARTÍN-BARBERO; MUÑOZ, 1992).

No entanto, apesar de ter sido bem recebido pelas classes populares, o melodrama era depreciado pelas outras camadas da sociedade. Entre os críticos e historiadores da literatura, o gênero era referido em tom de ironia e ridicularização. Entre a burguesia, que buscava manter os sentimentos limitados à esfera privada, o exagero das emoções nos espetáculos era considerado vulgar. Por outro lado, o melodrama trazia vantagens tanto para a burguesia quanto para a aristocracia: a moral melodramática reforçava o culto da virtude e da família, e preservava o senso de hierarquia e o reconhecimento do poder estabelecido (THOMASSEAU, 2005).

A missão educadora e civilizatória do melodrama era reconhecida pelos autores do gênero. Pixérécourt, autor de *Coelina ou a criança do mistério* e considerado o pai do melodrama, declarava escrever para os que não sabiam ler (THOMASSEAU, 2005). Para atingir esse público, além dos recursos sonoros e visuais já mencionados, eram retratadas narrativas esquematizadas e polarizadas de fácil assimilação que tinham por objetivo provar a existência e a força de um universo moral ao exporem um conjunto de valores a serem compulsoriamente seguidos. Assim, os espetáculos não eram apenas dramas moralizantes, mas sim “dramas da moralidade”, e acabavam por estimular o fortalecimento das instituições sociais, morais e religiosas no conturbado cenário pós-revolucionário (BROOKS, 1995).

## 2.2. A ESTRUTURA MELODRAMÁTICA

O melodrama buscava ser um espetáculo total não apenas no nível da encenação, mas também no plano estrutural. Martín-Barbero (2013) descreve a complexidade dessas narrativas:

Tendo como eixo central quatro sentimentos básicos – medo, entusiasmo, dor e riso –, a eles correspondem quatro tipos de situações que são ao mesmo tempo sensações – terríveis, excitantes, ternas e burlescas – personificadas ou ‘vivas’ por quatro personagens – o Traidor, o Justiceiro, a Vítima e o Bobo – que, ao juntarem-se realizam a mistura de quatro gêneros: romance de ação, epopéia, tragédia e comédia (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 167-168).

Para que todos esses elementos da estrutura melodramática estivessem em funcionamento, era necessário empregar duas operações estratégicas. A primeira, a esquematização, se refere ao esvaziamento da profundidade psicológica dos personagens para que estes se convertessem em meros signos. A segunda, a polarização, remete à redução valorativa dos personagens à oposição binária entre “bons” e “maus”. Logo, os quatro personagens básicos do melodrama acabavam seguindo arquétipos bem definidos. (MARTÍN-BARBERO, 2013).

O mal era personificado na figura do Traidor, também chamado de Perseguidor ou Agressor. Vilão sem escrúpulos, o personagem era especialista em dissimulações e disfarces, normalmente sendo um bastardo que se passa por nobre (MARTÍN-BARBERO, 2013). Já o bem era representado sobretudo pela Vítima ou Heroína, personagem virtuosa perseguida pelo Traidor. Esse papel era geralmente desempenhado por mulheres “belas, bondosas, sensíveis, com uma inesgotável aptidão para sofrer e para chorar” ou por crianças “abandonadas no frio e na solidão”, ambas figuras frágeis que inspiravam cuidados (THOMASSEAU, 2005, p. 42). Ligado à Vítima por amor ou parentesco, estava o Justiceiro ou Protetor, personagem responsável por protegê-la e castigar o Traidor. E, fora da tríade dos protagonistas, o personagem do Bobo tinha a atribuição de produzir alívio cômico após momentos de tensão, uma função semelhante à do palhaço no circo (MARTÍN-BARBERO; MUÑOZ, 1992).

A trama moralizante da perseguição e da busca por justiça em um mundo dividido de forma maniqueísta sustentava os espetáculos melodramáticos. Mas, além disso, a trajetória do desconhecimento ao reconhecimento da identidade também se repetia nas peças: eram recorrentes os mistérios da paternidade e o reencontro entre mães, filhos e irmãos separados no passado (MARTÍN-BARBERO, 2013).

O público, já familiarizado com os esquemas e códigos do melodrama, esperava justamente uma repetição daquilo que conhecia. Dessa forma, os espectadores se conectavam de maneira mais profunda com os espetáculos, identificando as intenções ocultas do Traidor, antecipando o destino da Vítima e do Justiceiro e vibrando com o triunfo do bem sobre o mal no desfecho, por exemplo (OROZ, 1999). Portanto, é possível afirmar que o gênero se encontrava “inteiramente voltado para o enfrentamento de personagens de comportamento estereotipado e perfeitamente inserido num ritual cênico convencional cujas regras, de todos conhecidas, facilitam a leitura” (THOMASSEAU, 2005, p. 44).

Essa fórmula e suas implicações sociais foram abordadas com maior profundidade por autores como Peter Brooks, que discutiu a importância do melodrama como modo de expressão teatral e literário em *The melodramatic imagination: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess* (1976); Jean-Marie Thomasseau, que fez uma análise histórica do gênero em *O melodrama* (1984); e por Jesús Martín-Barbero, que explorou a relação dos latino-americanos com a matriz melodramática em *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* (1987).

Ao longo dos séculos, a estrutura do melodrama tem sido adaptada às demandas do mercado, às tecnologias e aos novos contextos socioculturais, dando origem a novos formatos vinculados à matriz melodramática clássica (OROZ, 1999). Assim, histórias sobre o embate do bem contra o mal que seguem as regras originais continuam sendo contadas, mas também incorporam temas pertinentes da atualidade e emprestam elementos de outros gêneros (MAZZIOTTI, 1996). Mas, antes de prosseguir com os desdobramentos contemporâneos do melodrama, é preciso falar do folhetim, tipo de narrativa baseada no melodrama que influenciou a ficção televisiva atual com suas características de estrutura aberta e serialidade.

### 2.3. O MELODRAMA EM CAPÍTULOS

O folhetim, primeiro tipo de texto escrito no formato popular massivo, acompanhou o nascimento da imprensa em meados do século XIX. A princípio, o termo “folhetim”, derivado do francês *feuilleton*, designava o espaço dedicado a resenhas teatrais, críticas literárias, anúncios e receitas culinárias presentes no rodapé da primeira página dos jornais parisienses. Mas, com o tempo, narrativas melodramáticas escritas por

novelistas da moda passaram a ser publicadas diariamente na seção inteira. Com isso, essas narrativas absorveram o nome “folhetim” (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Os textos folhetinescos tinham o objetivo principal de atingir o grande público adotando a bem-sucedida fórmula do melodrama e, assim, ampliar as vendas dos jornais. Para isso, se recorreu à experiência de dramaturgos como Alexandre Dumas, que ajudaram a constituir uma nova dinâmica de escrita: os autores eram assalariados, e muitas vezes contavam com equipes que colaboravam no processo de desenvolvimento das histórias, que, por sua vez, eram divididas em capítulos e tinham uma estrutura aberta que possibilitava a participação dos leitores no desenrolar diário da trama (MARTÍN-BARBERO, 2013). Para renovar as expectativas dos leitores e mantê-los envolvidos com a narrativa, cada capítulo era encerrado com um ponto de virada ou clímax que servia como gancho para o capítulo seguinte (CAZANI JÚNIOR, 2020). Alguns dos nomes que se destacaram na escrita dos folhetins na França incluem Frédéric Soulié, Honoré de Balzac, Eugène Sue, Victor Hugo e Émile Zola (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Na América Latina, traduções dos folhetins franceses passaram a ser publicadas nos jornais a partir da primeira metade do século XIX, e rapidamente caíram no gosto das classes populares por se tratar de “uma literatura romanesca despididamente expressiva, o que vinha de encontro àquela já mencionada tradição, que também é ibérica, do gosto pelo excessivo gestual, o empolado da palavra que compõem a oratória, tão apreciada pelas populações analfabetas” (MEYER, 1994, p. 132).

Logo, assim como havia ocorrido com os espetáculos populares que deram origem ao melodrama em relação ao teatro culto, o folhetim tinha um status inferior quando comparado à literatura tradicional publicada em livros. Mas, apesar disso, o folhetim representou um fenômeno cultural que deu início a um novo modo de comunicação entre as classes, e características como a estrutura aberta e a serialidade foram herdadas por outros produtos midiáticos voltados às massas que surgiram ao redor do mundo nos anos posteriores, como a radionovela e a telenovela na América Latina (MARTÍN-BARBERO, 2013).

#### 2.4. DESDOBRAMENTOS NA AMÉRICA LATINA

Na América Latina, o gênero melodramático acompanhou os avanços tecnológicos e se apresentou em diferentes formatos. Dentre essas reinvenções do

melodrama, a radionovela, o cinema e a telenovela merecem ênfase pelo impacto que tiveram na sociedade latino-americana.

Nos anos 1930, se popularizou nos Estados Unidos um tipo de narrativa radiofônica com raízes no melodrama e no folhetim. Batizadas de *soap operas* por conta dos fabricantes de sabão que anunciavam nos intervalos comerciais, essas narrativas eram veiculadas diariamente e abordavam conflitos familiares da classe média a partir da perspectiva feminina. Na mesma década, Cuba se inspirou nas *soap operas* e lançou as radionovelas, que logo se tornaram, junto com o açúcar, um dos produtos que a ilha caribenha exportava para o mundo. Em 1950, graças à democratização do acesso ao rádio, a radionovela cubana já dominava a audiência nos demais países latino-americanos (OROZ, 1999).

Ao contrário das *soap operas*, cujos enredos se desenrolavam no espaço doméstico e evitavam as questões sexuais, as radionovelas cubanas absorveram novas características associadas às preferências e aos hábitos latino-americanos. Com *El derecho de nacer*, radionovela transmitida originalmente em 1941 e posteriormente adaptada para fotonovelas, produções cinematográficas e telenovelas, o autor cubano Félix Caignet ditou as regras do formato: as histórias eram ambientadas em cenários exóticos, e não haviam pudores em falar da paixão, do aborto e da ilegitimidade (OROZ, 1999). Na Argentina, a fórmula das radionovelas, em convergência com o folhetim gauchesco e o teatro do circo *criollo*,<sup>10</sup> deu origem ao exitoso radioteatro, chamado dessa maneira porque as companhias de atores que interpretavam as produções no rádio percorriam o país representando espetáculos baseados nos melodramas radiofônicos (MARTÍN-BARBERO, 2013).

No cinema, a matriz melodramática clássica, somada aos traços emprestados da radionovela, formou o melodrama cinematográfico latino-americano. As histórias retratadas nesses filmes faziam uso dos recursos cenográficos do melodrama, como música e atuações exageradas, além de reproduzirem a polarização e a esquematização características do gênero. No entanto, também foram adotadas novas estratégias para que

---

<sup>10</sup> O folhetim gauchesco e o circo *criollo* eram formas de expressão populares na Argentina do final do século XIX. O folhetim gauchesco, que tinha o autor Eduardo Gutiérrez como principal nome, era caracterizado pela fusão do rural com o urbano e do popular com o massivo nas figuras de heróis vitimados por um sistema social injusto. Já o circo *criollo* misturava a comicidade circense com o drama popular em espetáculos teatrais itinerantes. Essas duas tradições culturais, já bem estabelecidas na sociedade argentina, influenciaram o radioteatro e impulsionaram seu sucesso (MARTÍN-BARBERO, 2013).

essas produções se conectassem com o público. O melodrama cinematográfico visava construir uma imagem nacional que remetesse ao universo próximo do espectador e, por isso, eram utilizados símbolos, alegorias, atores, língua e cenários familiares ao povo (OROZ, 1999). Os dispositivos empregados para essa nacionalização das narrativas eram a teatralização, ou seja, a legitimação de gestos e paradigmas sentimentais próprios, a degradação, que significava colocar a nacionalidade ao alcance da população, e a modernização, que implicava em uma atualização de mitos, costumes, linguagens e moralidades (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Como já era de praxe com tudo relacionado ao popular, o formato era classificado como alienante pelas elites e repudiado diante do intelectualizado “cinema de autor”.<sup>11</sup> No entanto, apesar de menosprezado, o melodrama cinematográfico se tornou veículo fundamental da comunicação de massas na América Latina (MARTÍN-BARBERO, 2004). O desenvolvimento se deu de forma diferente em cada país, mas compartilhou a semelhança de exercer o papel de educação sentimental do público. Não se ia ao cinema para sonhar: para as pessoas das classes baixas, sobretudo para aquelas recém-chegadas nas grandes cidades, os filmes do gênero eram referenciais de comportamentos e valores (OROZ, 1999). Portanto, o “melodrama cinematográfico mediou a transição da experiência rural para a cultura urbana popular” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 35).

Os principais produtores do melodrama cinematográfico na América Latina eram Argentina e México. Em 1938, a indústria cinematográfica mexicana só estava atrás da indústria petrolífera do país. Mas, no início da década de 1950, a deterioração econômica de ambos os países, juntamente com a chegada da televisão, fez com que o cinema perdesse espaço para um novo formato derivado do melodrama: a telenovela (OROZ, 1999).

Cada país fez da telenovela “um lugar particular de cruzamentos entre a televisão e outros campos culturais, como a literatura, o cinema e o teatro” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 41). Assim, em países fragmentados tanto social quanto culturalmente, as telenovelas “juntaram, trouxeram de volta e mesclaram o rural com o urbano, o país mais velho com o mais novo, e os diversos países que fazem esse país” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 37).

---

<sup>11</sup> Do francês *film d'auteur*, a expressão se refere aos filmes inovadores que refletem o estilo pessoal do diretor e é usada em oposição aos filmes que fazem parte do cinema comercial.

A primeira etapa da produção latino-americana de telenovelas abrange desde a década de 1950, marcada pela chegada dos aparelhos de televisão nos países da América Latina, até o início da década de 1960. Nesse período, as telenovelas eram integralmente baseadas em roteiros importados da radionovela cubana ou do radioteatro argentino. Como as produções eram exibidas ao vivo, os únicos registros disponíveis dessa fase são depoimentos escritos, orais e fotografias. Foi só com o surgimento do *videotape*<sup>12</sup> que as telenovelas passaram a ser gravadas (MAZZIOTTI, 1996).

Durante os anos 1960, a tecnologia do *videotape* foi justamente o que delineou a segunda etapa da produção latino-americana de telenovelas. Com a nova ferramenta, era possível comercializar o material pronto, corrigir erros durante a edição, realizar gravações externas e divididas por sets e aumentar o ritmo de produção. Além disso, o *videotape* também possibilitou experimentações técnicas e de gênero. Nessa época, autores, diretores e técnicos transitavam por diversos países para compartilhar conhecimentos sobre a produção de telenovelas, resultando em um desenvolvimento colaborativo do formato (MAZZIOTTI, 1996).

As telenovelas começaram a se consolidar enquanto produto cultural latino-americano na década de 1970, e a chamada etapa de industrialização foi marcada pela apropriação do gênero por cada país, ou seja, a aproximação da formação social nacional. Nesse contexto, se destacavam México, Venezuela e Brasil como principais indústrias de telenovelas na América Latina (MAZZIOTTI, 1996).

No México, a emissora Televisa foi fundada em 1972, e logo se tornou a maior empresa de produção televisiva no país. As telenovelas da Televisa adotavam um modelo essencialmente melodramático, com toda a carga sentimentalista, maniqueísta e moralista associada ao gênero. A estética e a temática dessas narrativas eram fortemente apoiadas no cinema e no rádio dos anos 1940 e 1950, e a moral católica conduzia as histórias (MAZZIOTTI, 2006).

Na Venezuela, onde muitos dos autores das radionovelas cubanas se exilaram após a Revolução Cubana em 1959, a estrutura melodramática clássica também exercia grande influência nas narrativas das telenovelas. No entanto, o gênero sofreu algumas modificações nas telenovelas culturais da RCTV,<sup>13</sup> emissora fundada em 1953. As telenovelas culturais eram, em geral, obras literárias para a televisão: nessas produções,

---

<sup>12</sup> Fita de vídeo.

<sup>13</sup> Sigla para *Radio Caracas Televisión*.

os estereótipos convencionais do melodrama eram repensados e temáticas como independência feminina e divórcio eram representadas em situações que se distanciavam em alguma medida do maniqueísmo da fórmula tradicional (MAZZIOTTI, 1996).

No entanto, foi no Brasil que a telenovela adquiriu um estilo próprio mais distinto. Apesar do vínculo com o melodrama, as telenovelas brasileiras rompiam com a rigidez das narrativas maniqueístas e dos personagens arquetípicos, incorporando maior realismo (MAZZIOTTI, 2006). *Beto Rockefeller*, transmitida pela TV Tupi em 1968, foi a responsável por inaugurar essa vertente que ia ao encontro da formação social brasileira:

Beto Rockefeller ficou registrada na imprensa escrita especializada, mas também nos principais órgãos de imprensa diária como Jornal do Brasil e Estado de S. Paulo e na maior revista semanal, Veja, bem como na literatura especializada, como a novela que renovou o gênero ao introduzir gravações externas, diálogos coloquiais, um protagonista anti-herói, em um drama contemporâneo. A novela é também reconhecida como a primeira a lançar mão do merchandising e como precursora das novelas das oito horas da noite, com as quais a Rede Globo se consolidou na posição de emissora mais assistida logo a seguir, no início dos anos 1970. Essas considerações, no entanto, não esgotam o assunto. A visualização do material da novela permite ir além, notando as maneiras pelas quais a novela conectou universos eruditos e da indústria cultural em torno de um repertório de liberalização dos costumes associada à ascensão social e ao consumo (HAMBURGER, 2014, p. 17).

A partir de então, as telenovelas brasileiras passaram a ter como principal peculiaridade a combinação entre o arcaico e o moderno: aspectos com origem no melodrama clássico coexistiam com questões polêmicas da atualidade, dialogando com o cotidiano dos telespectadores e induzindo debates que ultrapassavam o momento em que se assiste à televisão (LOPES, 2009). Ao longo da década de 1970, a Rede Globo, emissora criada em 1965, introduziu essas características em suas produções e obteve o domínio da indústria televisiva brasileira, em um processo análogo ao que havia ocorrido no México com a Televisa e na Venezuela com a RCTV (MAZZIOTTI, 1996).

Não demorou para que as telenovelas mexicanas, venezuelanas e brasileiras ocupassem o lugar das produções norte-americanas que até então predominavam na programação dos canais de televisão latino-americanos (MARTÍN-BARBERO, 2004). A presença das telenovelas desses países também se estendeu para o exterior, ingressando nos mercados dos Estados Unidos e da Europa nas décadas de 1980 e 1990 – uma inversão na direção usual do fluxo transnacional de mídia, até então produzida pelas metrópoles e consumida pelas colônias (HAMBURGER, 2005). Assim, a telenovela se estabeleceu

como mais importante gênero de ficção produzido na América Latina e principal produto da indústria cultural latino-americana (MAZZIOTTI, 2006).

Após mais de meio século de história, muitas transformações ocorreram. As telenovelas brasileiras e as mexicanas, apesar de permanecem com características alinhadas àquelas definidas na década de 1970 e continuam cultivando relativo sucesso no cenário internacional, têm investido em experimentações no formato para se adaptarem às mudanças nas preferências do público e se articularem às novas tecnologias disponíveis. Já a indústria venezuelana, outrora bem-sucedida, teve suas atividades drasticamente afetadas pelas crises políticas que o país começou a atravessar na década de 2010. A produção de telenovelas na Venezuela tornou-se inexpressiva e o país agora depende da importação de ficção televisiva estrangeira (LOPES; GÓMEZ, 2015). Nesse contexto, a indústria colombiana passou a competir contra o México e o Brasil com um modelo de telenovela mais espontâneo, na qual se rompem com os estereótipos, os esquematismos e a inércia narrativa (MARTÍN-BARBERO; MUÑOZ, 1992). Além disso, a partir da telenovela *Sin tetas no hay paraíso*,<sup>14</sup> exibida no país em 2006, a Colômbia introduziu o conceito das “narcotelenovelas”, produções centradas no narcotráfico que estabelecem um diálogo complexo entre a cultura popular, o discurso de guerra às drogas e a moralidade da classe média (CABAÑAS, 2012). Ao mesmo tempo, produções de outras origens têm ingressado no mercado latino-americano, como é o caso da ficção televisiva turca.

A telenovela mantém sua relevância: “as práticas sociais decorrentes de assistir a telenovela colaboram e alteram o modo de ser dos sujeitos contemporâneo, fornecendo subsídios para a constituição de novas identidades” (SILVA, 2013). O melodrama, por sua vez, está diretamente ligado com a identidade latino-americana, já que “é como se estivesse nele o modo de expressão mais aberto ao modo de viver e sentir da nossa gente.” (MARTÍN BARBERO, 2013, p. 305).

---

<sup>14</sup> A telenovela é baseada no romance *Sem tetas não há paraíso* (2005), do colombiano Gustavo Bolívar Moreno. A obra acompanha a jornada incansável da jovem Catalina para conquistar um par de seios fartos e assim conseguir ascender socialmente em um contexto dominado pelo narcotráfico.

## 2.5. OUTROS DESDOBRAMENTOS DO MELODRAMA

Além da América Latina, outros países também desenvolveram suas próprias ramificações do melodrama clássico antes mesmo da televisão existir. Dessa maneira, as fórmulas e arquétipos do gênero são compartilhadas por culturas diversas, facilitando a difusão da ficção televisiva com raízes no melodrama independentemente do país de origem (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005).

Os fluxos transnacionais de ficção televisiva têm diminuído a dependência das produções dos Estados Unidos e possibilitado uma descentralização da hegemonia norte-americana: as indústrias de outros países são capazes de representar uma modernidade muito mais próxima dos telespectadores do mesmo mercado linguístico-cultural, visto que se trata de um público que compartilha similaridades geográficas, históricas, étnicas, religiosas e linguísticas, formando novos centros de poder cultural (IWABUCHI, 2002). Nesse sentido, o argumento da proximidade cultural aponta que o público tende a optar pela ficção televisiva nacional ou local, mas, quando o país não tem uma indústria consolidada, a preferência é pela ficção televisiva importada de países pertencentes ao mesmo mercado linguístico-cultural. A escolha pelas produções norte-americanas só se dá no caso de gêneros caros demais até para os países com uma indústria consolidada desenvolverem, como as séries de ação e os longa-metragem (STRAUBHAAR, 1991).

No entanto, ao mesmo tempo, a proximidade cultural pode operar de forma mais complexa quando combinada a tendências vigentes a nível supranacional, nacional, subnacional ou entre grupos específicos (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005). Um possível exemplo seria o fascínio pela diferença e pela alteridade, o que motiva a exploração da diferenciação local pelas indústrias a fim de desenvolver uma articulação entre o global e o local traduzida na estratégia de criação de nichos de mercado (HALL, 2019). Outro exemplo, conforme já citado, seria a identificação com a estrutura melodramática clássica (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005).

Para tentar expor o dinamismo desses processos, podemos falar, além da telenovela latino-americana, do *dorama* japonês, do *musalsal* egípcio e sírio, e, mais recentemente, do *k-drama* sul-coreano e da *dizi* turca.

### 2.5.1. LESTE E SUDESTE DA ÁSIA

Após a Segunda Guerra Mundial, os japoneses desejavam seguir o *American way of life*, o que fez com que a sociedade nipônica se desenvolvesse sob forte influência dos moldes norte-americanos de consumo. Mas, na década de 1990, o Japão tomou a hegemonia que antes pertencia aos Estados Unidos em termos de tecnologia, e, assim, conseguiu despontar como potência cultural no leste e sudeste da Ásia. Neste período, o país exportava um grande volume de produtos midiáticos para os vizinhos da região, incluindo animações,<sup>15</sup> música pop<sup>16</sup> e, principalmente, séries de televisão, também conhecidas pelos nomes de *doramas* ou *j-dramas* (IWABUCHI, 2002).

Os *doramas* retratavam sobretudo histórias de romance e amizade com apelo melodramático ambientadas em cenários contemporâneos urbanos. *Tokyo Love Story*, exibida pela primeira vez no Japão em 1991, foi a produção responsável pela ascensão da ficção televisiva japonesa no exterior: “a combinação de estilo e moda, junto com uma narrativa romântica sobre a busca do amor e felicidade cativou milhares de jovens fãs na Ásia, especialmente do sexo feminino” (ANG, 2010, p. 94).

A recepção calorosa de *Tokyo Love Story* e de *doramas* posteriores mudou a composição da programação emissoras asiáticas, em um movimento que se assemelha ao que ocorreu na América Latina com as telenovelas: séries norte-americanas populares nos anos 1980 perderam espaço para a ficção televisiva japonesa ao longo da década seguinte. E, mesmo nos países em que os *doramas* não estavam disponíveis na televisão aberta, como era o caso de Hong Kong, DVDs piratas vendidos no mercado ilegal supriam a demanda do público. O sucesso, especialmente entre o público jovem, é atribuído ao modelo acessível e concreto de modernidade apresentado nessas produções, algo que a cultura pop norte-americana jamais poderia oferecer (IWABUCHI, 2002). Os *doramas* ensinavam à primeira geração a crescer no contexto de uma Ásia modernizada o que significava a modernidade asiática, ao mesmo tempo em que se posicionavam a uma distância suficiente para provocar um fascínio pela diferença:

A modernização pode inevitavelmente envolver um elemento fundamental de ocidentalização, mas as versões asiáticas de modernidade – como, por exemplo, o modo de vida – não são de maneira alguma uma simples replicação do modelo Ocidental. Assim como Nova York foi o epítome simbólico da modernidade

---

<sup>15</sup> Para se referir às animações japonesas, também é utilizado o termo *anime*.

<sup>16</sup> A música pop japonesa é frequentemente referida como *j-pop*.

urbana em todo o Ocidente durante o século XX, Tóquio, para muitos jovens asiáticos, parecia ser o símbolo da modernidade cultural do Extremo Oriente. Era o cenário idealizado para uma vida moderna, dentro da moda, caracterizada por afluência material, consumismo, independência feminina e individualismo (ANG, 2010, p. 95).

Entretanto, logo surgiu um concorrente para o domínio cultural japonês. No final da década de 1990, o governo sul-coreano, visando ampliar a influência da Coreia do Sul no Extremo Oriente, investiu fortemente nos setores cinematográficos, televisivos e musicais do país. Como resultado dessas iniciativas, as séries de televisão sul-coreanas – ou simplesmente *k-dramas* – começaram a fazer sucesso nos países vizinhos e desafiar a superioridade da indústria japonesa na produção audiovisual. Em 1997, *What is Love?*<sup>17</sup> foi o primeiro *k-drama* a ser exibido na China, e se tornou febre entre a juventude chinesa (ROSA, 2019). Em 2002, *Winter Sonata*,<sup>18</sup> uma narrativa “descaradamente melodramática e sentimental” (ANG, 2010, p. 97) estreou no Japão, e também foi sucesso absoluto de audiência. Nos anos seguintes, o fenômeno dos *k-dramas* continuou se expandindo pela região.

Assim como os *doramas* japoneses, os *k-dramas* abordavam a vida de jovens adultos em grandes metrópoles com um verniz confucionista<sup>19</sup> e outras similaridades culturais compartilhadas pelos países do Extremo Oriente. A grande distinção estava na ênfase dada às relações familiares e ao ideal do amor romântico, elementos que pareciam não fazer mais parte do estilo de vida acelerado da Ásia moderna. Disso, se construía uma relação de nostalgia dos telespectadores com as narrativas (ANG, 2010).

Os *k-dramas*, juntamente com o *k-pop*,<sup>20</sup> deram origem à *Hallyu*,<sup>21</sup> expressão usada para se referir à popularização massiva da cultura sul-coreana. Logo, os produtos midiáticos da Coreia do Sul conquistaram não só a Ásia, mas também o restante do mundo, impulsionando a economia, o turismo e a diplomacia sul-coreana, e motivando um grande número de pesquisas sobre a arrebatadora *onda coreana* e seus impactos, inclusive no Brasil (ALMEIDA, 2019; CRUZ, 2016; NORBERTO SANTOS, 2017;

---

<sup>17</sup> O *k-drama* não foi exibido no Brasil, mas o título poderia ser traduzido como *O que é amor?*. Optamos por deixar os títulos dos *k-dramas* em inglês porque colocá-los em *hangul*, o alfabeto coreano, dificultaria ainda mais a compreensão.

<sup>18</sup> Também não foi exibido no Brasil, mas o título poderia ser traduzido como *Sonata de inverno*.

<sup>19</sup> O confucionismo é um sistema filosófico chinês. As culturas da China, Taiwan, Hong Kong, Coreias, Macau e Japão são fortemente influenciadas pelo confucionismo.

<sup>20</sup> A música pop sul-coreana é frequentemente referida como *k-pop*. Trata-se do principal produto midiático do país no mercado de entretenimento internacional.

<sup>21</sup> *Hallyu* é um neologismo que significa, em sentido literal, *onda coreana* ou *fluxo coreano*. Séries de televisão, música, moda, beleza, comida, cultura e tecnologia compõem a *hallyu*.

ROSA, 2019). O fenômeno ilustra bem as rupturas da hegemonia cultural norte-americana, e, como veremos mais à frente, guarda semelhanças com o êxito mundial da ficção televisiva turca.

### 2.5.2. ORIENTE MÉDIO E NORTE DA ÁFRICA

Tanto na Síria quanto no Egito, o início da produção de ficção televisiva data dos anos 1960 (ABU-LUGHOD, 2001; SALAMANDRA, 2019). No entanto, foi na década de 1990 que, graças à popularização dos aparelhos de televisão e da comunicação via satélite, as indústrias dos dois países se tornaram referência no mundo árabe com as séries de televisão, chamadas de *musalsal* (SALAMANDRA, 2008).

O melodrama é a fundação básica do *musalsal* e, assim como em outros contextos pós-coloniais, essas produções não nasceram unicamente da função de entreter, mas também de consolidar a identidade nacional e promover um ideal de modernização. Esse processo é executado em dois níveis: o primeiro é através da disseminação de mensagens morais que definem os termos do debate social e político, e o segundo é por meio da propagação de uma configuração distinta de narrativa, emoção e subjetividade, que funcionam como uma tecnologia para a produção de novos tipos de pessoa (ABU-LUGHOD, 2003).

O *musalsal* é popular sobretudo durante o Ramadã, mês sagrado do calendário islâmico durante o qual os muçulmanos devem jejuar do levantar ao pôr do sol. Por conta das horas reduzidas de trabalho e das reuniões familiares em torno da televisão à noite, essa é considerada a mais prestigiosa e lucrativa temporada da televisão árabe, e o horário nobre se estende até às duas horas da madrugada. Assim, todos os títulos de ficção televisiva – que podem variar de 100 a 140 – são lançados simultaneamente e duram cerca de trinta episódios – ou seja, um para cada dia do Ramadã.<sup>22</sup> Ao longo do ano, essas séries são reprisadas (SALAMANDRA, 2008).

Devido à religião muçulmana, o *musalsal* não é tão sexualizado quanto telenovela brasileira, mas, ainda assim, as produções compartilham algumas similaridades: de certa forma, as narrativas egípcias e sírias vão além do melodrama clássico ao incorporar questões sociais controversas e críticas ao sistema. Desde a década de 1990, o *musalsal*

---

<sup>22</sup> Disponível em: <<https://www.marketplace.org/2017/05/26/why-ramadan-big-deal-arab-tv-networks/>>. Acesso em: 09 ago. 2020.

egípcio trouxe à tona polêmicas como o extremismo religioso, o casamento infantil e o estupro marital (ABU-LUGHOD, 2003). Já o *musalsal* sírio chegou a lidar com temáticas como terrorismo, colonialismo, corrupção e dependência química (SALAMANDRA, 2012). Ainda hoje, essas características persistem: em 2020, o Egito estreou a série de televisão *El-Nehaya*,<sup>23</sup> uma narrativa distópica que se passa no ano de 2120 e mostra uma Jerusalém pós-apocalíptica com robôs, ciborgues e sem judeus.<sup>24</sup> Enquanto isso, a Síria, apesar de ter tido a indústria televisiva severamente afetada pela guerra civil que se iniciou em 2011, direciona parte de sua reduzida produção para reflexões sociais e políticas. A série *Ghadan Naltaqi*,<sup>25</sup> exibida em 2015, retrata o deslocamento de refugiados sírios para um abrigo em Beirute, no Líbano, e *Fawda*,<sup>26</sup> levada ao ar em 2018, mostra as transformações ocorridas em um bairro de classe média durante os conflitos armados (SALAMANDRA, 2019). Muitas das séries sírias recentes foram filmadas em locais destruídos pelos bombardeios.<sup>27</sup>

Levando em consideração o relativo realismo do *musalsal*, foi um grande contraste quando a ficção televisiva de origem turca, que ignorava todos os aspectos inconvenientes da realidade e focava em uma modernidade imaculada composta por personagens atraentes, lindas mansões e paisagens de tirar o fôlego, começou a ganhar destaque no mundo árabe (KRAIDY; AL-GHAZZI, 2013). A partir de 2008, a ficção televisiva turca, ou *dizi*, apesar de ser extremamente polêmica por apresentar valores considerados seculares e alinhados com o Ocidente, conquistou o Oriente Médio e o Norte da África. Depois, assim como ocorreu com os *k-dramas*, o sucesso das *dizi* chegou a todos os continentes. No capítulo seguinte, detalharemos como ocorreu esse processo.

---

<sup>23</sup> Todos os títulos citados ao longo da seção são transliterações dos títulos árabes. Em inglês, o título da série é *The end*, podendo ser traduzido para o português como *O fim*.

<sup>24</sup> Disponível em: <[https://www.washingtonpost.com/world/middle-east/an-egyptian-television-drama-depicts-israels-destruction-israel-isnt-happy/2020/05/06/6bb03734-8afc-11ea-9759-6d20ba0f2c0e\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/middle-east/an-egyptian-television-drama-depicts-israels-destruction-israel-isnt-happy/2020/05/06/6bb03734-8afc-11ea-9759-6d20ba0f2c0e_story.html)>. Acesso em: 09 ago. 2020.

<sup>25</sup> O título da série em inglês é *Tomorrow we'll meet again*, podendo ser traduzido para o português como *Amanhã vamos nos encontrar de novo*.

<sup>26</sup> O título da série em inglês é *Chaos*, podendo ser traduzido para o português como *Caos*.

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://www.latimes.com/world/middleeast/la-fg-syria-series-20180304-story.html>>. Acesso em: 09 ago. 2020.

### 3. FICÇÃO TELEVISIVA TURCA

Cidades modernas, homens atraentes, mulheres independentes e uma produção digna de Hollywood. O primeiro contato com a ficção televisiva turca pode causar estranhamento no telespectador desavisado, já que a Turquia representada na tela destoa das representações orientalistas fabricadas e disseminadas pelos Europeus. Mas, nos últimos anos, essas e outras ideias negativas associadas à Turquia vêm sendo transformadas graças a popularização da ficção televisiva turca ao redor do mundo. Para entender esse processo, abordaremos neste capítulo a história da televisão na Turquia, o desenvolvimento da ficção televisiva do país, as principais características dessas produções e a repercussão no mercado global.

#### 3.1. A HISTÓRIA DA TELEVISÃO NA TURQUIA

A República da Turquia foi instituída em 1923, sucedendo a Primeira Guerra Mundial e a decadência do Império Otomano. O fundador e primeiro presidente da recém-criada república foi Kemal Atatürk,<sup>28</sup> que introduziu uma série de ideias que visavam construir uma nação moderna e secular que se aproximasse do Ocidente. A ideologia de Atatürk ficou conhecida como Kemalismo, e, para atingir seus objetivos, o presidente implementou as chamadas “reformas de Atatürk”, que incluíram mudanças radicais nos âmbitos político, legal, religioso, cultural, social e econômico da Turquia. Dessas reformas, se destacam a abolição da lei islâmica,<sup>29</sup> o desenvolvimento de novos códigos civis e penais baseados em modelos europeus, a adoção do alfabeto latino em detrimento à escrita otomana, e, principalmente, o fortalecimento do nacionalismo, que implicava em uma busca por uma homogeneidade étnica que ignorava minorias como os muçulmanos radicais, os curdos, os judeus, os gregos e os armênios (YESIL, 2016).

Na televisão, o único canal da Turquia era voltado à difusão da ideologia nacionalista do Estado. Inaugurada em 1968, a TRT,<sup>30</sup> emissora estatal turca, detinha o monopólio no país. Sua programação girava em torno de atrações que enfatizavam a

---

<sup>28</sup> Apesar de se chamar Mustafa Kemal Pasha, ele recebeu o sobrenome de Atatürk, que significa *Pai dos turcos*, em reconhecimento ao seu papel na construção da República da Turquia.

<sup>29</sup> A lei islâmica, ou *sharia*, são leis fundamentadas no islamismo. Ou seja, não há separação entre a religião e o direito.

<sup>30</sup> Sigla para “Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu”, ou, em português “Corporação de Rádio e Televisão Turca”.

identidade nacional idealizada pelo Kemalismo e mostravam apenas aquilo que era considerado bom e correto ao povo turco – mesmo que isso significasse exclusão e censura (YESIL, 2016). Nesse período, foi lançada a primeira *dizi*, nome dado às séries de televisão turcas: em 1974, a TRT estreou *Aşk-ı Memnu*,<sup>31</sup> baseada no romance homônimo do autor turco Halit Ziya Uşaklıgil.<sup>32</sup> Com *Aşk-ı Memnu*, a TRT buscava atender ao crescimento do público da televisão e, para isso, contou com o trabalho de diretores da *Yeşilçam*,<sup>33</sup> como era conhecida a indústria cinematográfica turca (YANARDAĞOĞLU; KARAM, 2013).

A *Yeşilçam* – ou a Hollywood turca – viveu seu auge entre 1965 e 1975,<sup>34</sup> período que coincide com a aceleração da urbanização da Turquia e o êxodo rural. Por ano, eram produzidos de 200 a 300 filmes, a maioria seguindo a mesma premissa: narrativas melodramáticas clássicas que representavam as tensões entre a tradição e a modernidade por meio do romance entre um homem e uma mulher advindos de diferentes classes sociais. Nessas histórias, o bem normalmente estava associado às pessoas simples do campo, enquanto os burgueses das grandes cidades eram vistos como degenerados. Entretanto, isso não significava uma rejeição à modernidade. Na verdade, os melodramas da *Yeşilçam* propunham uma cooperação entre ricos e pobres, legitimando o desejo de mobilidade social e o acesso ao mundo moderno e ocidental, mas ressaltando a necessidade de manter os valores e as virtudes turcos tradicionais. O declínio da *Yeşilçam* se deu no final da década de 1970, quando o público começou a se afastar das salas de cinema por conta da expansão da televisão e do aumento da violência nas ruas nos anos que antecederam o golpe militar de 1980 (MUTLU, 2010).

No entanto, ao mesmo tempo em que a televisão se tornava mais popular, a hegemonia da TRT também era ameaçada. No final dos anos 1980, apesar do monopólio televisivo do Estado continuar em vigência, novas tecnologias liberadas na Turquia ampliaram as opções de consumo midiático. A importação de antenas parabólicas, por exemplo, permitiu que aqueles com o equipamento e o conhecimento linguístico pudessem buscar informação e entretenimento em canais estrangeiros como BBC, CNN,

---

<sup>31</sup> A versão de 2008 de *Aşk-ı Memnu* foi exibida no Brasil entre 2017 e 2018 com o título *Amor proibido*.

<sup>32</sup> O romance *Aşk-ı Memnu* foi publicado originalmente entre 1899 e 1900 na forma de folhetim.

<sup>33</sup> O nome *Yeşilçam* significa *Pinho verde* e é referência à rua *Yeşilçam*, onde se localizavam os estúdios cinematográficos de Istambul.

<sup>34</sup> Na ficção, o livro *O museu da inocência* (2008), de Orhan Pamuk, tem as transformações na Turquia da década de 1970 aos anos 2000 como pano de fundo e se aprofunda no histórico do cinema e da televisão do país, especialmente nas dinâmicas da *Yeşilçam*. A série de drama histórico *Yeşilçam* (2021), exibida pela BluTV, também retrata o período.

RAI e RTL, enquanto a importação de videocassetes, videogames e computadores oferecia a possibilidade de acesso à outras fontes de notícias e lazer além da TRT (YESIL, 2016).

Em 1990, foi criada a Star 1, a primeira concorrente da TRT. Canais de televisão comerciais ainda não eram autorizados pelo governo turco, mas a emissora operava de uma maneira que driblava a legislação: o sinal era transmitido via satélite da Alemanha, funcionando como se fosse um canal estrangeiro. Apesar do procedimento questionável levantar polêmica entre as autoridades turcas, não foi possível proibi-lo, uma vez que legalmente não era um canal de televisão da Turquia. Assim, a nova emissora passou a se posicionar como uma alternativa mais inovadora frente ao paternalismo da TRT, o que atraía investimentos publicitários. Na programação, a Star 1 apostava em telenovelas brasileiras e mexicanas, videoclipes e jogos de basquete norte-americanos, e noticiários em formatos dinâmicos. Mais tarde, até mesmo a Federação Turca de Futebol vendeu os direitos de transmissão dos jogos de futebol para a concorrente da TRT (YESIL, 2016).

Nos primeiros anos da década de 1990, o setor televisivo da Turquia começou a se alterar de maneira expressiva. Em 1992, já existiam 16 canais nacionais e centenas de canais locais operando de forma irregular ou nos moldes da pioneira Star 1. Tamanha concorrência tomou o espaço que antes era dominado pela TRT: juntas, as emissoras comerciais Show TV, Star 1, Tele On e Kanal 6 alcançavam 70% da audiência do país (YESIL, 2016).

Em 1994, após grande pressão de empresários e políticos, o parlamento turco regulamentou os canais comerciais, encerrando oficialmente o monopólio da emissora estatal. A partir de então, profundas transformações ocorreram na televisão do país. Enquanto os primeiros anos da década de 1990 foram marcados pela diversidade de programas estrangeiros nos canais comerciais, consequência da falta de profissionais qualificados e recursos financeiros para investir em produções locais, a segunda metade da década representou o início da supremacia da ficção televisiva turca no horário nobre. Esse processo foi viabilizado pelo crescimento do mercado publicitário e pela crise vivida no cinema e no teatro, o que atraiu talentos e produtoras para a televisão (YESIL, 2015).

No final dos anos 1990, 40 séries estavam em exibição. No início dos anos 2000, esse número saltou para mais de 100. Logo, a ficção televisiva turca passou a ocupar lugar de destaque no país, e despontou também no exterior (YESIL, 2015).

### 3.2. AS EXPORTAÇÕES PARA O MUNDO ÁRABE

Até 2001, sessenta e cinco séries turcas já haviam sido exportadas. Os principais compradores eram Cazaquistão e Uzbequistão, países que compartilham com a Turquia particularidades culturais e antecedentes históricos, e que possuem idiomas pertencentes à mesma família linguística. Em 2005, foi a vez da Grécia, também um país cuja história está intimamente imbricada com a da Turquia, investir nas séries turcas (YESIL, 2015).

O êxito das séries turcas a nível mundial começou a tomar forma em 2008. Naquele ano, a emissora MBC, pertencente a um grupo saudita homônimo e presente em todos os países árabes do Oriente Médio e Norte da África, estreou *Gümüş*.<sup>35</sup> O enredo de *Gümüş* remetia aos melodramas da *Yeşilçam*, articulando rural, urbano e diferentes classes sociais na narrativa de uma garota humilde, *Gümüş*, que, a pedido de um tio, se casa com Mehmet, um jovem milionário deprimido que não consegue esquecer a ex-namorada morta. A história se desenrola com romance e tensões sexuais, características que lembravam o público das outrora bem-sucedidas telenovelas latino-americanas, e que se distanciavam das *musalsal*, séries de televisão melodramáticas árabes (KRAIDY; AL-GHAZZI, 2013). Entre os temas abordados estavam a maternidade, o sexo antes do casamento, o aborto e a mulher no mercado de trabalho, e muitas cenas incluíam consumo de bebida alcoólica como algo natural (SALAMANDRA, 2012).

As diferenças no tratamento das questões de gênero, na representação de valores sociais e nos aspectos estilísticos e estéticos fizeram com que a exibição de *Gümüş* fosse extremamente controversa no mundo árabe. Para as autoridades islâmicas e conservadoras, *Gümüş* era uma ameaça do Ocidente à sociedade árabe. Sob essa justificativa, medidas radicais foram tomadas em diversos países: na Síria, por exemplo, uma *fatwa*<sup>36</sup> foi emitida para banir o uso de camisetas com imagens de personagens da série durante as orações, enquanto no Kuwait, o Ministério da Educação proibiu estudantes de utilizarem qualquer tipo de material escolar com o tema *Gümüş*. No Iraque, a reação foi mais além, e ativistas promoveram um “pisaço”, evento no qual dispuseram nas ruas fotos do ator Kıvanç Tatlıtuğ, protagonista de *Gümüş*, para que a imagem dele fosse pisada, em uma tentativa de expressar o desprezo à série e aos valores nela

---

<sup>35</sup> Em árabe, a série é intitulada *Noor*.

<sup>36</sup> *Fatwa*, ou fátua, é uma resolução sobre alguma questão na qual a posição do Islã é imprecisa. Ela é emitida por um especialista na lei islâmica, conhecido como *mufti*.

apresentados (KRAIDY; AL-GHAZZI, 2013). Aliás, a paixão das telespectadoras por Tatlıtuğ, um rapaz loiro, de olhos azuis, com tatuagens e feições andróginas, era fortemente criticada, posto que a aparência do ator correspondia mais ao estereótipo de um europeu do que à masculinidade esperada do homem árabe (SALAMANDRA, 2012).

No entanto, apesar das polêmicas, *Gümüş* foi sucesso absoluto de audiência no mundo árabe. A MBC, emissora que veiculava a produção turca, estima que 3 a 5 milhões de telespectadores acompanhavam *Gümüş* diariamente. Quando o último capítulo foi ao ar, 85 milhões de pessoas estavam assistindo à série. Seguindo essa recepção positiva, outras séries turcas foram dubladas para o árabe e exibidas nos anos seguintes (SALAMANDRA, 2012).

Os bons resultados de *Gümüş* no mundo árabe abriram os olhos da indústria televisiva turca para o potencial do mercado estrangeiro. Cientes da necessidade de agradar não mais apenas o público doméstico, mas também os telespectadores de outros países, os produtores passaram a ter uma maior preocupação em desenvolver narrativas que minimizassem os descontos culturais, eliminando, portanto, tudo aquilo que fosse muito específico da identidade e da cultura turca. Dessa forma, a ficção televisiva turca propositalmente se aproximou de uma estrutura melodramática clássica que prioriza temas universais, como família, romance, intrigas e poder, e que evita questões políticas e sociais da Turquia. Os elementos turcos enfatizados costumam ser apenas os destinos turísticos e o estilo de vida moderno que o país oferece (YESIL, 2015). Essa estratégia vai na contramão das telenovelas brasileiras, por exemplo, que, apesar de exportadas mundialmente, adotam um estilo que dialoga com a realidade social do Brasil e que não hesita em retratar temas controversos da atualidade (MAZZIOTTI, 2006).

Além dos produtores, o próprio governo da Turquia se atentou para o fenômeno da ficção televisiva turca. Depois que as produções do país irromperam no exterior, autoridades governamentais viram nas séries uma oportunidade de capitalizar e, mais do que isso: promover a imagem da Turquia a nível global e intensificar a influência turca sobretudo no Oriente Médio. Desde então, o Departamento de Comércio Exterior, parte do Ministério da Economia, fornece apoio financeiro para produtores e distribuidores participarem de eventos internacionais da indústria televisiva, enquanto o Ministério do Turismo e da Cultura concede bonificações aos produtores e atores pelo trabalho na divulgação da Turquia (YESIL, 2015). Mais recentemente, em 2014, o Partido da Justiça e Desenvolvimento (AKP), ao qual pertence o atual presidente Recep Tayyip Erdoğan, ajudou a financiar a produção de cinco temporadas da série *Diriliş: Ertuğrul*, exibida pela

emissora estatal TRT e, no Brasil, disponibilizada pela Netflix sob o título de *O grande guerreiro otomano*. Alinhada com a visão conservadora e religiosa do AKP, *Diriliş: Ertuğrul*, tem o enredo centrado na fundação do Império Otomano, retratando o passado de maneira gloriosa e maniqueísta: os muçulmanos são mostrados como heróis lutando contra os inimigos da nação, representados pelos cruzados, templários, mongóis e bizantinos (ÖZÇETIN, 2019). O próprio Erdoğan divulgava a série, e chegou a visitar o set de gravações em mais de uma ocasião.<sup>37</sup> Em 2018, o presidente venezuelano Nicolás Maduro também fez uma visita ao set de *Diriliş: Ertuğrul*.<sup>38</sup> Logo, é possível perceber que as séries turcas já não são mais um mero entretenimento ou fonte de lucro, mas espaços para disputas políticas (ÇETIN, 2014) e ferramentas para diplomacia e *soft power*<sup>39</sup> (CEVIK, 2014). Ademais, elas também se tornaram um modo de desafiar o monopólio de indústrias audiovisuais dominantes, como é o caso de Hollywood (KHAN; WON, 2020).

A relevância da produção audiovisual da Turquia motivou – e continua motivando – uma série de pesquisas acadêmicas<sup>40</sup> sobre o fenômeno das séries turcas nos países árabes. Kraidy e Al-Ghazzi (2013), a partir da análise de *Gümüş* e *Kurtlar Vadisi*,<sup>41</sup> apontaram que as produções turcas oferecem uma modernidade acessível ao público árabe. Os autores introduziram a noção do *neo-ottoman cool* para descrever a ascensão da Turquia enquanto potência cultural, política e econômica no Oriente Médio. Salamandra (2012), após entrevistas com produtores de *Gümüş* e análise de discursos online de telespectadoras árabes, argumentou que a série provocou reflexão sobre as relações de gênero e a sexualidade feminina. Bucciante (2010) examinou a repercussão de *Gümüş* nos veículos midiáticos árabes e chamou a atenção para os dilemas incitados

---

<sup>37</sup> Disponível em: <<https://tccb.gov.tr/en/news/542/32623/president-erdogan-visits-set-of-dirilis-ertugrul>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>38</sup> Disponível em: <<https://www.hurriyetdailynews.com/maduro-visits-set-of-turkish-tv-series-134444>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>39</sup> Segundo Nye (2004), o *soft power* é uma forma de poder alcançada por um Estado de maneira sutil, por meio da cultura, valores e políticas externas. Com o *soft power*, é possível exercer influência sobre outros países sem precisar recorrer aos recursos militares ou econômicos, chamados de *hard power*.

<sup>40</sup> Consideramos os trabalhos disponíveis no banco de dados do Scopus (<http://scopus.com>) e do Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br>) em consulta feita no dia 20 de janeiro de 2020. Buscamos pelos termos “Turkish series”, “Turkish dramas” e “Turkish television”, e selecionamos os trabalhos que tratavam especificamente da presença das séries turcas no mundo árabe. A amostra de trabalhos descritos se restringe àqueles disponíveis em inglês. Se fôssemos considerar os trabalhos em árabe e em turco, certamente o número seria ainda maior, mas, infelizmente, as limitações linguísticas não nos permitiram contemplá-los.

<sup>41</sup> *Kurtlar Vadisi* é uma franquia turca composta por filmes e séries de ação. No Brasil, um dos filmes da franquia foi lançado com o título de *Vale dos lobos*.

pelas séries turcas. Yanardağoğlu e Karam (2013), por meio de grupos focais com telespectadores egípcios e palestinos e entrevistas com produtores e distribuidores das séries turcas, concluíram que as ideias de modernidade apresentadas nessas produções são negociadas com o público. Anaz (2014), para entender como as narrativas turcas são interpretadas e ressignificadas na sociedade egípcia, aplicou questionários entre telespectadores do país, os quais demonstraram que a modernidade da Turquia é cobiçada pelos egípcios, sobretudo pelas mulheres e pelos jovens. Khan e Pembecioğlu (2019) empregaram questionários online para compreender as percepções de egípcios e paquistaneses sobre a representação das mulheres e dos fatos históricos na série *Muhteşem Yüzyıl*, e encontraram um número expressivo de telespectadores que acreditavam que a produção havia distorcido a história do Império Otomano. Berg (2017), para investigar o sucesso das séries turcas no mundo árabe, organizou grupos focais e aplicou questionários online entre estudantes árabes das universidades norte-americanas da Cidade da Educação do Catar,<sup>42</sup> os quais indicaram a importância da proximidade cultural com a Turquia para os telespectadores. Yörük e Vatikiotis (2013), com base no conceito de *soft power*, examinaram a influência das séries turcas no Oriente Médio e na Grécia, constatando que, apesar da imagem da Turquia ter melhorado nesses países, ainda é prematuro afirmar que a estratégia está se traduzindo em hegemonia regional. Özalpman e Sarikakis (2018) conduziram entrevistas em profundidade em Atenas, na Grécia, e em Rabat, no Marrocos, e identificaram a estética hollywoodiana como elemento que mais despertou a atenção dos telespectadores da série *Muhteşem Yüzyıl*. Fora do âmbito acadêmico, o documentário *Kismet: How Soap Operas Changed the World*<sup>43</sup> (2014), roteirizado e dirigido por Nina Maria Pashalidou, explorou como as séries turcas impactam a vida de mulheres no Oriente Médio, no Norte da África, e também nos Bálcãs.

### 3.3. A CHEGADA NOS BÁLCÃS

Depois de *Gümüş* se destacar no Oriente Médio e no Norte da África, foi a vez dos Bálcãs conhecerem as séries turcas. Com a crise financeira de 2008, os países balcânicos sofreram uma redução no número de produções locais, já que a indústria

---

<sup>42</sup> Na *Education City*, localizada nos arredores de Doha, capital do Catar, há campi de seis universidades norte-americanas (Virginia Commonwealth University, Weill Cornell Medical College, Texas A&M University, Carnegie Mellon University, Georgetown University, e Northwestern University).

<sup>43</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NX8Un4nneXg>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

televisiva foi obrigada a cortar gastos e muitas produtoras foram à falência. Esse contexto fez com que houvesse uma demanda por ficção televisiva estrangeira para ocupar a grade de programação das emissoras, favorecendo a exportação das séries de origem turca, que, em comparação às séries norte-americanas, eram muito mais baratas, mas com uma qualidade tão alta quanto as vindas dos Estados Unidos (YESIL, 2015).

Apesar das séries turcas já estarem presentes na Grécia desde 2005, outros países da península balcânica passaram a ter contato com as produções a partir do final de 2008, quando *Binbir Gece* estreou na Bulgária. Nos anos seguintes, *Binbir Gece* foi transmitida na Bósnia-Herzegovina, na Croácia, na Sérvia, em Kosovo, em Montenegro, na Macedônia do Norte, na Albânia e na Grécia.

Assim como ocorreu no mundo árabe, a popularidade das séries turcas nos Bálcãs foi polêmica, principalmente por conta do passado conturbado entre a Turquia e os países da região. Na Bulgária, que esteve sob o domínio do Império Otomano por quase cinco séculos, a exibição das séries turcas foi considerada uma ameaça ao país: jornalistas e políticos se posicionaram contra as produções, evocando os horrores e humilhações vividos durante o regime otomano para justificar o perigo de uma nova islamização e turquização do país com a dita “invasão cultural” encabeçada pelas séries turcas (KRAIDY; CELIKKOL, 2020). Na Sérvia, cujo território também foi dominado pelo Império Otomano no passado, o movimento ultranacionalista *Naši* protestou contra a série *Muhteşem Yüzyıl*, que abordava a vida do sultão Suleiman I e de seu harém, alegando que a história da Sérvia era representada de forma incoerente, especialmente no modo que havia retratado o cerco de Belgrado em 1521.<sup>44</sup> Na Bósnia-Herzegovina, discussões sobre as discrepâncias dos fatos históricos em *Muhteşem Yüzyıl* também ocorreram (PANJETA, 2014). Já na Macedônia do Norte, um projeto de lei foi lançado para banir as séries turcas do país sob o argumento de que, apesar de serem “produções fascinantes”, quinhentos anos de subjugação aos turcos já haviam sido suficientes.<sup>45</sup>

No entanto, mesmo com as controvérsias, as séries turcas foram sucesso nos Bálcãs. Na Bulgária, *Gümüş*<sup>46</sup> foi o programa mais visto no país no verão de 2009. Songül Öden, atriz que interpretava a protagonista da série, foi convidada em diversas atrações

---

<sup>44</sup> Disponível em: <<https://www.hurriyetdailynews.com/radical-groups-campaign-against-turkish-series-in-serbia--17174>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>45</sup> Disponível em: <<https://www.hurriyetdailynews.com/macedonia-bans-turkish-soap-operas-34636>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>46</sup> Em búlgaro, a série é intitulada *Perla*.

da televisão búlgara (KRAIDY; CELIKKOL, 2020). A atriz também visitou a Albânia em 2011 para participar de uma competição musical organizada pelo canal Klan TV. Em 2013, com a exibição da série *Ezel*, a Klan TV conseguiu conquistar o primeiro lugar em audiência no horário nobre da televisão albanesa, superando produções locais (TARTARI, 2015). Em 2014, todas as emissoras da Bósnia-Herzegovina, da Croácia e da Sérvia já incluíam ao menos uma produção turca na programação. Nesses países, a obsessão pelas séries turcas gerou uma histeria semelhante à ocorrida na região no final da década de 1990 em relação às telenovelas latino-americanas (PANJETA, 2014). Na Croácia, cresceu a procura por cursos de idioma turco.<sup>47</sup>

Com as séries turcas em voga nos Bálcãs, a Turquia pôde romper com estereótipos depreciativos frequentemente associados ao povo do país devido ao passado otomano, construindo uma imagem mais positiva por meio de personagens que vivem dilemas e experiências com as quais os telespectadores são capazes de se identificar e de uma modernidade que se equilibra com valores tradicionais (PANJETA, 2014). Conseqüentemente, a Turquia abriu caminho para estabelecer sua influência na região.

Nos últimos anos, pesquisadores têm se dedicado a investigar a questão das séries turcas nos Bálcãs. Os trabalhos localizados<sup>48</sup> envolvem sobretudo a recepção. Özalpman e Sarikakis (2018), conforme já mencionado, analisaram as percepções sobre *Muhteşem Yüzyıl* em Atenas, na Grécia, e em Rabat, no Marrocos. Yörük e Vatikiotis (2013), também já citados, se aprofundaram na influência das séries turcas no Oriente Médio e na Grécia. Aydos (2017) aplicou um questionário online com 43 universitários da Bósnia-Herzegovina – 23 de origem bosníaca, 10 de origem sérvia e 10 origem croata<sup>49</sup> – para entender as percepções sobre a série turca *Muhteşem Yüzyıl*, e observou que as ideias variavam de acordo com a identidade étnica e religiosa dos participantes. Balaban (2015) distribuiu um questionário em Tirana, capital da Albânia, com o objetivo de compreender o impacto das séries turcas entre os albaneses, e concluiu que as produções estão

---

<sup>47</sup> Disponível em: <<https://www.hurriyetdailynews.com/famous-show-raises-popularity-of-turkey-19881>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>48</sup> Os trabalhos foram localizados nos bancos de dados do Scopus (<http://scopus.com>) e do Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br>) em consulta feita no dia 20 de janeiro de 2020. Buscamos pelos termos “Turkish series”, “Turkish dramas” e “Turkish television”, e selecionamos os trabalhos que tratavam especificamente da presença das séries turcas nos Bálcãs. Novamente, por conta de limitações linguísticas, consideramos apenas os trabalhos disponíveis em inglês.

<sup>49</sup> De acordo com Aydos (2017), a Bósnia é formada por três principais grupos étnicos: os bosníacos, ou bósniós muçulmanos, que representam 50% da população do país; os sérvios, que compõem 30%; e os croatas, que constituem 15%.

favorecendo o desenvolvimento de uma relação mais saudável entre Turquia e Albânia; Panjeta (2014) explorou as características das séries turcas, dando ênfase ao modo como bósnios, sérvios e croatas se relacionam com essas produções. Tartari (2015) comparou as séries italianas, que até então dominavam a televisão albanesa, com as séries turcas, e argumentou que a poética turca é o que diferencia essas produções não só das italianas, mas também das latino-americanas, que também costumavam ser populares no país.

#### 3.4. A POPULARIDADE NA AMÉRICA LATINA

Conforme vimos até agora, os países do Oriente Médio, do Norte da África e dos Balcãs têm uma relação estreita com a Turquia. Seja essa relação boa ou ruim, é fato que são países que compartilham, em alguma medida, história, cultura e religião. Logo, a proximidade cultural poderia explicar a popularidade das séries turcas nesses locais, já que o público costuma preferir a ficção televisiva nacional ou local, e, quando essas produções não estão disponíveis, a tendência é optar por produções do mesmo mercado linguístico-cultural (STRAUBHAAR, 1991). No entanto, o argumento da proximidade cultural é desafiado quando as séries turcas chegam a um novo destino: a América Latina.

Enquanto séculos de invasões e conflitos marcaram as relações entre Turquia e os países de regiões vizinhas, a América Latina e a Turquia, por outro lado, tiveram pouco contato ao longo da história. Apesar de milhares de imigrantes terem saído do Oriente Médio rumo à América Latina nos séculos XIX e XX, eles não eram etnicamente turcos, como são chamados de modo equivocado em muitos países latino-americanos: a grande maioria desses imigrantes era de origem síria, libanesa e armênia (MOORE; MATHEWSON, 2013). A alcunha de “turcos” foi dada devido a serem portadores de documentos emitidos pelo Império Otomano, que dominava os territórios onde hoje se localizam a Síria e o Líbano (WANIEZ; BRUSTLEIN, 2001). O termo é considerado pejorativo e é recusado pelos descendentes, especialmente pelos armênios, que vieram para a América Latina tentando escapar do genocídio cometido pelo governo otomano entre 1915 e 1923 (MOORE; MATHEWSON, 2013).

Tendo em vista a distância – tanto geográfica quanto histórica, linguística, religiosa e cultural – que separa América Latina e Turquia, foi uma surpresa quando a ficção televisiva turca começou a ser transmitida na região sob a denominação de “telenovela”. A primeira emissora a se atentar para o potencial das produções turcas foi a chilena Mega, em 2014. Na época, a televisão do país estava passando por um momento

de crise econômica, o que motivou a Mega a ir na direção oposta das concorrentes, que produziam a própria ficção televisiva, e apostar na exibição de *Las mil y una noches* (*Binbir Gece*). A justificativa para a escolha da ficção televisiva turca foi a boa qualidade técnica combinada aos baixos custos de emissão, inclusive considerando as despesas com tradução de roteiro e dublagem. Enquanto cada capítulo de telenovela produzida no Chile tinha um custo médio de quarenta mil dólares, um episódio de série turca sairia por cerca de mil e seiscentos dólares (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015).

*Las mil y una noches* contava com um enredo típico do melodrama clássico: Sherazade, uma jovem arquiteta, precisa urgentemente de dinheiro para salvar a vida do filho com leucemia, e, quando pede ajuda ao chefe, Onur, ele se compromete em custear o tratamento sob a condição de que a mulher ceda aos seus avanços sexuais e concorde em passar uma noite com ele. Onur então se apaixona por Sherazade, dando início ao conflito que conduz a narrativa. Mas, ainda assim, era necessário que a Mega adaptasse o formato aos hábitos de consumo do público chileno.

Originalmente, as produções turcas possuem episódios de cerca de duas horas, veiculados uma vez por semana e divididos em temporadas. Para que a série se tornasse uma telenovela aos moldes latino-americanos, foi necessário eliminar cenas, ou, em outros casos, dividir episódios em dois ou mais, de maneira que os capítulos tivessem no máximo cinquenta minutos de duração e pudessem ser levados ao ar diariamente (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015).

Contudo, mesmo seguindo a fórmula melodramática com a qual os chilenos já estavam familiarizados e incorporando as transformações ao formato de telenovela, a exibição de *Las mil y una noches* era arriscada. Por se tratar de uma produção de origem pouco usual e inédita na América Latina, era possível que sofresse com perdas relacionadas às diferenças de estilo, valores, crenças e padrões comportamentais – ou seja, os chamados “descontos culturais” (STRAUBHAAR, 2004). Ainda havia a possibilidade de que o público simplesmente a rejeitasse.

No entanto, a recepção do público chileno foi mais surpreendente do que o fato de uma emissora latino-americana decidir transmitir uma série turca. *Las mil y una noches* foi sucesso absoluto de audiência no Chile, atingindo uma média de 28,2 pontos e se tornando o programa de televisão mais visto no país naquele ano. O segundo lugar na disputa geral pela audiência, com uma média de 27,5 pontos, foi ocupado por *¿Qué culpa tiene Fatmagül? (Fatmagül'ün Suçu Ne)*, outra série turca de enredo tipicamente melodramático adaptada e exibida pela Mega após o triunfo de *Las mil y una noches*. O

resultado positivo das duas telenovelas turcas deixou títulos nacionais e ibero-americanos para trás e, no final de 2014, enquanto as outras emissoras chilenas registraram grandes prejuízos,<sup>50</sup> a Mega lucrou 8,15 milhões de dólares (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015).

O excelente desempenho da Mega certamente foi associado às telenovelas turcas. Por deter os direitos da dublagem para o espanhol, o canal se converteu em representante das produções de procedência turca no mercado latino-americano, e passou a comercializá-las na região no formato de telenovelas. Com os notáveis índices de audiência conquistados no Chile, não demorou para que as telenovelas adaptadas e dubladas pela Mega fossem compradas por outros países da região, rendendo uma porcentagem das vendas para a emissora e expandindo ainda mais o fenômeno da ficção televisiva turca (ASHLEY, 2019).

Em 2015, as telenovelas turcas invadiram de vez a televisão latino-americana e as emissoras voltadas ao público latino-americano nos Estados Unidos: seis títulos turcos foram veiculados na Argentina, onze no Chile, duas no Equador, quatro nos Estados Unidos, sete no Peru e seis no Uruguai. Até o Brasil aderiu à tendência e, ainda 2015, a Rede Bandeirantes estreou *Mil e uma noites (Binbir Gece)* e *Fatmagul: a força do amor (Fatmagül'ün Suçu Ne?)*. Assim como ocorrera no ano anterior no Chile, a irrupção das telenovelas turcas nesses países gerou bons índices de audiência e transformações no cenário televisivo (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015).

Na Argentina, a emissora El Trece foi a primeira a investir nas produções turcas, estreando *Las mil y una noches* em janeiro de 2015. Ao longo da exibição, a telenovela teve uma média de 19,2 pontos de rating, e o último capítulo alcançou 27,7 pontos. Esses números superaram até mesmo a audiência da brasileira *Avenida Brasil*, que causou furor no país quando foi transmitida pela Telefe entre 2013 e 2014. Na sequência, foi a vez da Telefe também se valer das telenovelas turcas e exibir *¿Qué culpa tiene Fatmagul?*, *Ezel*, *Secretos (Kayıp)*, *Nadie es inocente (Siyah İnci)* e *El precio del amor (A.Ş.K.)*, e *Karadayı*. Dessas cinco, quatro entraram no ranking dos 10 programas ficcionais mais vistos do ano na Argentina (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). O sucesso das telenovelas turcas também significou uma queda na produção nacional, e o número de estreias de ficção televisiva própria da Telefe caiu de oito títulos em 2014 para dois em 2015, enquanto o El Trece reduziu as estreias de ficção televisiva própria de seis em 2014

---

<sup>50</sup> Disponível em: <<https://www.prensario.net/12597-Chile-el-impacto-de-las-series-turcas.note.aspx>>. Acesso em: 20 jul. 2020.

para três em 2015 (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). Em 2016, o fenômeno continuou, e quatro telenovelas turcas foram levadas ao ar na televisão argentina – além de três sul-coreanas e uma indiana, que embarcaram na proeminência estrangeira (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017). Em 2017, a maior parte da programação das emissoras argentinas era composta por telenovelas turcas, telenovelas brasileiras bíblicas da RecordTV, e telenovelas mexicanas da Televisa, reafirmando o crescimento da ficção televisiva estrangeira em detrimento da ficção televisiva nacional e indicando uma preferência do público por narrativas que seguem a estrutura melodramática clássica (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018). Curiosamente, também se notou um aumento no número de argentinos com nomes turcos: segundo dados oficiais, haviam apenas 18 pessoas registradas como Sherezade no país entre 1922 e 2015, mas, possivelmente sob influência da protagonista de *Las mil y una noches*, 16 crianças foram registradas com o nome em 2016, além de outras 13 terem recebido a variante Sherazade no mesmo ano.<sup>51</sup>

No Chile, as telenovelas turcas continuaram em evidência. Dentre os 11 títulos turcos transmitidos em 2015, cinco se posicionaram entre os 10 programas de ficção mais vistos no país. O número de estreias nacionais permaneceu quase o mesmo, mas houve queda no número de lançamentos ibero-americanos. De 45 títulos inéditos em 2014, o número caiu para 27. Houve maior investimento nas reprises, que, de 18 no ano anterior, saltaram para 39 (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). Em 2016, a quantidade de telenovelas turcas em exibição superou em 10% o total de toda a ficção televisiva de origem ibero-americana – incluindo a ficção televisiva chilena –, e três telenovelas turcas estiveram entre as 10 primeiras colocações no ranking de programas ficcionais mais vistos no país durante o ano (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017). Em 2017, o número se repetiu, e três telenovelas turcas entraram na lista, além do número de horas de ficção televisiva turca no ar superar a soma de todos os títulos ibero-americanos (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018). Em 2018, o retrocesso da produção ibero-americana persistiu, e apenas 20 títulos da procedência foram transmitidos, enquanto um total de 13 telenovelas turcas foram exibidas nos quatro canais da televisão aberta (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2019).

No Equador, a Ecuavisa foi a responsável por introduzir as telenovelas turcas. Em 2015, a emissora estreou *Las mil y una noches* e *¿Qué culpa tiene Fatmagul?*, que

---

<sup>51</sup> Disponível em: <[https://www.clarin.com/espectaculos/tv/claves-explican-furor-novelas-turcas-mundo\\_0\\_tkGRdh1G7.html](https://www.clarin.com/espectaculos/tv/claves-explican-furor-novelas-turcas-mundo_0_tkGRdh1G7.html)>. Acesso em: 20 jul. 2020.

obtiveram 14 e 10,6 pontos de audiência, respectivamente, ambas figurando no ranking de programas de ficção mais vistos no país durante o ano (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). Já nos Estados Unidos, a MundoMax, emissora voltada ao público latino, incluiu quatro telenovelas turcas na programação do horário nobre em 2015. No ano seguinte, os canais Azteca e Telemundo também se renderam às produções turcas, totalizando oito títulos dessa origem em exibição (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017).

No Peru, a novidade das telenovelas turcas foi apresentada pela Latina, que deixou de lado as produções em parceria com a produtora independente Imizu e começou a exibir *Las mil y una noches* em fevereiro de 2015. A emissora América Televisión, para competir pela audiência, seguiu o exemplo da Latina e também anunciou a estreia de telenovelas turcas. Enquanto isso, a ATV, que optou por manter as telenovelas brasileiras, e a Panamericana Televisión, que transmitiu séries romenas e indianas, não conseguiram entrar na disputa. Ao final do ano, foram exibidos sete títulos turcos, dos quais três estiveram entre os 10 programas de ficção mais vistos – as demais posições no ranking foram ocupadas por produções nacionais e mexicanas (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). Nos anos seguintes, por influência das telenovelas turcas, a ficção televisiva peruana abandonou as temáticas inovadoras e retornou às narrativas tradicionais centradas no amor romântico, com figuras femininas frágeis e dependentes, e personagens masculinos protetores e provedores (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017).

No Uruguai, que historicamente já consumia ficção televisiva de fora para suprir a ausência de uma indústria nacional consolidada,<sup>52</sup> a origem dos títulos veiculados se alterou de forma radical. Até então, as produções levadas ao ar nos três canais comerciais da televisão aberta uruguaia eram importadas de países latino-americanos, sobretudo da Argentina e do Brasil. No entanto, em janeiro de 2015, o Saeta Canal 10 estreou *Las mil y una noches*, que obteve uma média de 20,1 pontos de audiência e figurou em segundo lugar no ranking dos 10 programas de ficção mais vistos do ano. O primeiro lugar foi conquistado por *¿Qué culpa tiene Fatmagul?*, também exibida pelo Saeta Canal 10, que atingiu uma média de 22 pontos de audiência. Na terceira posição ficou a telenovela *Sila*, outra aposta turca do Saeta Canal 10, com uma média de 19,6 pontos. No mesmo ano, o Saeta Canal 10 também transmitiu a telenovela turca *Secretos (Kayıp)*, e o Monte Carlo Canal 4 exibiu *Ezel e Amor en guerra (Kurt Seyit ve Şura)*, totalizando seis títulos turcos

---

<sup>52</sup> Por ora, discutiremos apenas a repercussão das telenovelas turcas no Uruguai. O contexto televisivo uruguaio será abordado com maiores detalhes no capítulo seguinte.

na televisão uruguaia. Com isso, a hegemonia das telenovelas brasileiras do Teledoce Canal 12 foi ameaçada (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016).

Em 2016, as produções turcas continuaram competindo por audiência com a ficção televisiva ibero-americana, suscitando a exibição de nove telenovelas importadas da Turquia. Destas, três lideraram a audiência no país. Por outro lado, as telenovelas argentinas produzidas pela Pol-ka<sup>53</sup> e as brasileiras da Rede Globo perderam espaço, e apenas *Moisés y los diez mandamentos (Os dez mandamentos)*, telenovela bíblica da RecordTV, alcançou maior destaque frente às turcas, sendo o programa ficcional de origem ibero-americana mais visto naquele ano (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017).

Em 2017, pelo terceiro ano consecutivo, houve preferência pelas telenovelas turcas. Foram levados ao ar 11 títulos turcos, e três deles encabeçaram o ranking de programas de ficção mais vistos na televisão uruguaia: *Quién se robó mi vida (O Hayat Benim)* foi o primeiro lugar na disputa, com uma média de 17,1 pontos de audiência, seguido por *Amor prohibido (Ask-ı Memnu)*, com média de 14,9 pontos. Na terceira colocação, ficou *Flores de cristal (Kırgın Çiçekler)*,<sup>54</sup> com média de 14,5 pontos. Além disso, o ano foi marcado pela presença das telenovelas turcas em todos os três canais comerciais de televisão aberta do país, já que o Teledoce Canal 12, que até então investia nas telenovelas brasileiras e era o único que ainda não tinha se rendido à onda, incluiu *Medcezir* na grade horária. Aliás, houve uma redução na quantidade de títulos brasileiros na programação do Teledoce Canal 12: em 2015, foram exibidos onze, em 2016, oito, e, em 2017, apenas cinco (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018).

Em 2018, o número de produções turcas levadas ao ar no Uruguai caiu para oito, mas isso não significou um enfraquecimento do fenômeno, uma vez que a telenovela turca *Mi vida eres tú (Vatanım Sensin)* foi o programa de ficção de maior audiência no país naquele ano. *Mi vida eres tú* venceu até mesmo a telenovela brasileira *A força do querer*,<sup>55</sup> que quando foi exibida no Brasil em 2017 bateu recordes de audiência e liderou o ranking de programas de ficção mais vistos do ano (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2019). Em 2019, 10 títulos turcos estrearam na televisão uruguaia (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2020).

---

<sup>53</sup> Pol-ka Producciones é uma produtora argentina fundada em 1994.

<sup>54</sup> No Chile, Peru, Argentina e Paraguai, a telenovela recebeu o título de *Huérfanas*.

<sup>55</sup> *A força do querer*, produzida e exibida pela Rede Globo, teve média de trinta e cinco pontos de audiência, alcançando a média de quarenta e nove pontos no último capítulo. Esse número corresponde a mais de trinta e quatro milhões de pessoas assistindo à telenovela (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018).

No Brasil, a Rede Bandeirantes foi a primeira emissora a investir nas telenovelas turcas. A partir de 2015, foram veiculados sete títulos diferentes em sequência, com um pequeno intervalo entre 25 de setembro de 2015 e 15 de dezembro de 2015, quando a emissora exibiu *Exathlon Brasil*, versão nacional do reality show turco de mesmo nome. A produção de estreia, como nos outros países latino-americanos, foi *Mil e uma noites*, que substituiu a série norte-americana *Glee* no horário nobre da emissora. Os principais concorrentes na busca pela audiência eram a telenovela infantil *Chiquititas*, do SBT, a telenovela bíblica *Os dez mandamentos*, da RecordTV, e o telejornal *Jornal Nacional*, da Rede Globo. A média de audiência da Band logo saltou de um para três pontos,<sup>56</sup> e, apesar dos números nunca irem muito além disso, eram inéditos para o canal. Com a telenovela sucessora, *Fatmagul: a força do amor*, a emissora chegou a marcar uma média de quatro pontos, com picos de cinco pontos.<sup>57</sup> Mas, ao contrário do que ocorreu nos países vizinhos, a moda das telenovelas turcas não pegou, e, ao longo da exibição das produções seguintes, a audiência da Band caiu. Por conta dos resultados insatisfatórios, o canal decidiu interromper abruptamente a transmissão de *Minha vida (O Hayat Benim)* e dar lugar à telenovela portuguesa *Ouro verde*,<sup>58</sup> que contava com nomes conhecidos da teledramaturgia brasileira, como Silvia Pfeifer, Zezé Motta, Gracindo Junior, Bruno Cabrerizo e Úrsula Corona.<sup>59</sup>

Em 2020, foi a vez do Viva, canal de televisão por assinatura pertencente à empresa Globosat, do Grupo Globo, incorporar as telenovelas turcas a sua programação<sup>60</sup> e ao seu serviço de streaming,<sup>61</sup> o VivaPlay. Na primeira semana de janeiro, a emissora começou a transmitir *Verdades não ditas (Deli Gönül)* durante as madrugadas, e anunciou ainda o lançamento de *Novamente apaixonados (Aşk Yeniden)* para maio, no mesmo formato de “tapa buraco” na grade do canal. No entanto, apesar de preteridas na televisão, as produções turcas migraram para as redes sociais, onde as telespectadoras mais

---

<sup>56</sup> Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2015/03/10/estreia-de-mil-e-uma-noites-triplica-audiencia-da-band-no-horario-nobre-86619.php>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

<sup>57</sup> Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2016/03/28/fatmagul-registra-maior-audiencia-de-novelas-turcas-no-brasil-97796.php>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

<sup>58</sup> Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2019/07/15/com-criticas-a-dublagem-ouro-verde-estreia-superando-antecessora-na-band-131187.php>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

<sup>59</sup> Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2019/07/ouro-verde-saiba-quem-e-quem-na-novela-portuguesa-que-sera-exibida-na-band.shtml>>. Acesso em: 21 jul. 2020.

<sup>60</sup> Disponível em: <<https://observatoriodatv.bol.uol.com.br/noticias/2020/01/fora-da-band-novelas-turcas-migram-para-o-canal-viva>>. Acesso em: 20 jan. 2020.

<sup>61</sup> Informação obtida em comunicação com o perfil oficial do canal Viva no Twitter.

dedicadas passaram a se organizar para traduzir, legendar, distribuir<sup>62</sup> e discutir os episódios. Algumas dessas fãs chegaram a viajar para a Turquia com o objetivo de conhecer o ator Engin Akyürek, protagonista de *Fatmagul*.<sup>63</sup> Outras entraram em êxtase com a passagem do ator Can Yaman por Guararema, no interior de São Paulo, e causaram alvoroço na cidade de vinte e oito mil habitantes. A inesperada vinda de Yaman para o Brasil e a mobilização em torno de sua viagem chamou atenção até mesmo da apresentadora Fátima Bernardes, que comentou sobre o artista em seu programa matinal na Rede Globo, *Encontro com Fátima Bernardes*.<sup>64</sup> Ao mesmo tempo, o público brasileiro em geral pôde ter contato com a produção audiovisual da Turquia por meio da Netflix: há cerca de 50 títulos turcos disponíveis no catálogo da plataforma de streaming.<sup>65</sup> Em abril de 2020, o longa-metragem *Milagre na cela 7 (7. Koğuştaki Mucize)*, que gira em torno da história de um homem com deficiência intelectual preso injustamente durante a ditadura militar e sua relação afetuosa com a filha pequena de quem foi separado, permaneceu semanas entre as dez produções mais vistas da Netflix no Brasil. O filme foi indicado até mesmo pelo jogador de futebol Neymar Júnior, que revelou em seu Instagram ter ido às lágrimas enquanto assistia ao longa.<sup>66</sup>

De 2015 em diante, as telenovelas turcas também chegaram à televisão do México, Paraguai, Bolívia, Colômbia, Venezuela, Panamá, Costa Rica, El Salvador, Nicarágua, Honduras, Guatemala, Porto Rico e República Dominicana. E, mesmo que de maneira clandestina, elas também foram disponibilizadas em Cuba por meio do *El Paquete Semanal*,<sup>67</sup> serviço popular no país que distribui audiovisual de forma ilegal, funcionando como substituto da internet de banda larga e da televisão. Em todos esses países, as produções turcas tiveram ampla repercussão, e se especula até que tenham sido responsáveis por impulsionar o turismo na Turquia – hipótese reforçada pelo fato da companhia aérea turca *Turkish Airlines* ter inaugurado oito novas rotas na América

---

<sup>62</sup> A partir desse deslocamento da televisão para a internet, as telenovelas turcas passaram a ser referidas pelos telespectadores como séries turcas, já que não há nenhuma adaptação além das legendas em português.

<sup>63</sup> Disponível em: <<https://www.trt.net.tr/portuguese/america-latina/2018/10/24/viajam-13-horas-para-ver-engin-akyurek-1075071>>. Acesso em: 21 jul. 2020.

<sup>64</sup> Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/execrado-na-turquia-polemico-ator-causa-comocao-no-brasil-e-vai-parar-na-fatima-bernardes-esta-na-boca-do-povo>>. Acesso em: 21 jul. 2020.

<sup>65</sup> Em 20 de maio de 2021, haviam 12 séries turcas e 40 filmes turcos no catálogo da Netflix Brasil. Vale ressaltar que 10 dessas séries eram produções originais Netflix.

<sup>66</sup> Disponível em: <<https://observatoriodocinema.uol.com.br/filmes/2020/04/milagre-na-cela-7-fez-ate-o-neymar-chorar>> Acesso em: 21 jul. 2020.

<sup>67</sup> Disponível em: <<https://www.cibercuba.com/noticias/2018-04-07-u80279-e80279-s27315-telenovelas-turcas-invaden-isla-cultura-cubana-se-acerca>>. Acesso em: 21 jul. 2020.

Latina, incluindo uma na Venezuela.<sup>68</sup> Nas redes sociais, grupos para compartilhar capítulos, comentar sobre as produções e a cultura turca, e exaltar a beleza dos atores se multiplicaram.

Por se tratar de um fenômeno recente, ainda não há uma quantidade significativa pesquisas acadêmicas a respeito da ficção televisiva turca na América Latina. Foram identificados apenas cinco trabalhos:<sup>69</sup> a monografia de Ferreira (2017), na qual foi abordada a recepção da telenovela *Fatmagul* no Brasil;<sup>70</sup> o artigo de Ashley (2019), que analisou as transformações no mercado televisivo chileno a partir do terremoto de 2010 e da estreia das telenovelas turcas em 2014; a tese de Aslan (2018), na qual foram conduzidas entrevistas em profundidade com telespectadores chilenos para entender os efeitos do sucesso das telenovelas turcas na América Latina para as relações públicas internacionais e *soft power* da Turquia;<sup>71</sup> o capítulo também de Aslan (2020), que investigou as dinâmicas dos *fandoms* latino-americanos de telenovelas turcas e as formas como eles contribuem para a disseminação dessas produções na região; e a dissertação de Valverde (2020), que compara as narrativas turcas com as latino-americanas a partir da análise de *Las mil y una noches*. Apesar da quantidade modesta de investigações concluídas, a pesquisadora venezuelana Carolina Acosta-Alzuru,<sup>72</sup> da Universidade da Georgia, nos Estados Unidos, tem se dedicado a estudar a ficção televisiva turca na América Latina e, apesar de não ter publicado seus resultados até o momento, tem contribuído para o debate em torno do tema na mídia. Já o pesquisador Valerio Fuenzalida, da Pontifícia Universidade Católica do Chile, em entrevista à Rosario Sánchez Vilela (2019), da Universidade Católica do Uruguai, discutiu sobre as relações de gênero e a religião nas telenovelas turcas. Logo, tudo indica que novas pesquisas surgirão nos próximos anos.

---

<sup>68</sup> Disponível em: <[https://elpais.com/economia/2018/05/02/actualidad/1525274296\\_753412.html](https://elpais.com/economia/2018/05/02/actualidad/1525274296_753412.html)>. Acesso em: 21 jul. 2020.

<sup>69</sup> Os trabalhos foram localizados nos bancos de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (<http://bdtd.ibict.br/>), do Scopus (<http://scopus.com>) e do Google Acadêmico (<https://scholar.google.com.br>) em consulta feita no dia 20 de julho de 2020. Buscamos pelos termos “Turkish dramas”, “Turkish series”, “telenovelas turcas” e “séries turcas”, e selecionamos os trabalhos que tratavam da presença da ficção televisiva turca nos países latino-americanos.

<sup>70</sup> Vale lembrar que se trata do trabalho desenvolvido por mim na graduação com a orientação da professora Valquíria John.

<sup>71</sup> A tese foi escrita em turco e, portanto, não pôde ser lida integralmente por limitações linguísticas. No entanto, após contato via e-mail, Aslan gentilmente enviou um resumo expandido em inglês.

<sup>72</sup> Disponível em: <<https://grady.uga.edu/faculty/carolina-acosta-alzuru/>>. Acesso em: 21 jul. 2020.

Em relação à presença de produtos midiáticos do Oriente no Brasil e na América Latina, localizamos algumas teses e dissertações<sup>73</sup> na área da Comunicação que podem ajudar a nortear a investigação sobre as telenovelas turcas. Damos destaque para Almeida (2019), que, com a dissertação *O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul*, explorou o surgimento da “onda coreana”, e se aprofundou no impacto desse fenômeno no Ocidente, mais especificamente na sociedade brasileira. Também ressaltamos Norberto Santos (2017), que, com a dissertação *Consumo cultural e interações em redes: um estudo sobre o consumo global de culturas locais por nativos digitais brasileiros*, tentou entender como o consumo e propagação do *k-pop*, gênero musical sul-coreano, se dá através das interações digitais. Conforme já apontado por Khan e Won (2020), as dinâmicas de difusão dos produtos midiáticos turcos e sul-coreanos carregam muitas semelhanças: elas desafiam o imperialismo cultural norte-americano, promovem o *soft power* da Turquia e da Coreia do Sul, e encontram um facilitador na internet. Por isso, ao pesquisar as percepções e relações com as telenovelas turcas na América Latina, é pertinente traçar um paralelo com o caso da Coreia do Sul. Ainda nesse sentido, Noro dos Santos (2017), com a tese *A cultura otaku no Brasil: da obsessão à criação de um Japão imaginado*, analisou o comportamento dos otakus brasileiros e o modo como traduzem a sua obsessão pela cultura japonesa em um Japão imaginado, processo que pode ocorrer de maneira parecida em relação às telespectadoras de telenovelas turcas e a Turquia. As dissertações de Silva (2015) e de Soares (2013) também abordaram a cultura pop japonesa no Brasil, o primeiro a partir do colecionismo de estátuas de personagens, e o segundo da perspectiva do *cosplay*, dinâmicas que fogem do habitual consumo midiático de produções ocidentais e se aproximam da cultura de fã cultivada pelos telespectadores da ficção televisiva turca.

### 3.5. PANORAMA DA EXPANSÃO GLOBAL

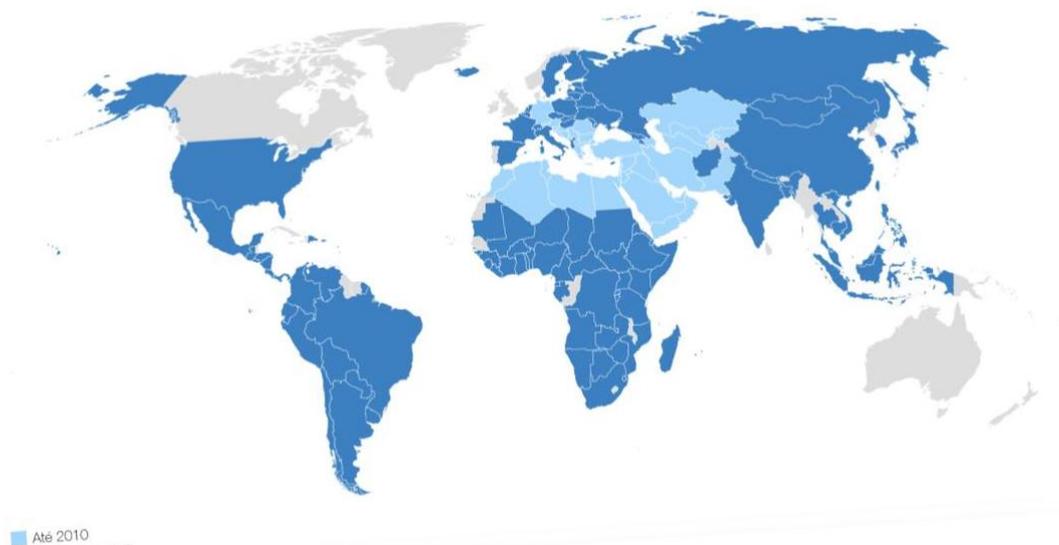
Hoje, a Turquia é o segundo país que mais exporta ficção televisiva, atrás apenas dos Estados Unidos. A ficção televisiva turca já foi vendida para cento e quarenta e seis países (FIGURA 1), e se calcula que cerca de cento e cinquenta títulos foram

---

<sup>73</sup> Consultamos a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (<http://bdtd.ibict.br/>), considerando as teses e dissertações na área da Comunicação no período de 2010 a 2020.

comercializados ao redor do mundo em pouco mais de uma década.<sup>74</sup> De acordo com estimativas, a Turquia faturou trezentos e cinquenta milhões de dólares com a exportação de ficção televisiva em 2017. No ano seguinte, o valor arrecadado subiu para quinhentos milhões de dólares.<sup>75</sup>

FIGURA 1 – EXPANSÃO DA FICÇÃO TELEVISIVA TURCA ENTRE 2010 E 2018



FONTE: El País<sup>76</sup>

Além do público, a crítica também tem prestigiado a ficção televisiva turca. Em 2017, *Kara Sevda* venceu o tradicional prêmio Emmy Internacional, concedido anualmente pela Academia Internacional das Artes & Ciências Televisivas,<sup>77</sup> na categoria telenovela, rompendo com os cinco anos de invencibilidade da Rede Globo.<sup>78</sup> Em 2018, *İstanbullu Gelin* e *Cesur ve Guzel* também foram indicadas na categoria, e, pela primeira vez desde 2010, nenhuma telenovela da Globo recebeu indicação.<sup>79</sup> O prêmio, no entanto, ficou com a portuguesa *Ouro Verde*.

<sup>74</sup> Disponível em: <<https://elpais.com/internacional/2020-06-06/turquia-la-inesperada-fabrica-global-de-telenovelas.html>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>75</sup> Disponível em: <<https://www.dailysabah.com/business/2019/11/10/popular-turkish-tv-series-raise-exports-of-goods-services>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>76</sup> Disponível em: <<https://elpais.com/internacional/2020-06-06/turquia-la-inesperada-fabrica-global-de-telenovelas.html>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

<sup>77</sup> Em inglês, *International Academy of Television Arts & Sciences* (IATAS).

<sup>78</sup> Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/reino-unido-alemanha-canada-noruega-turquia-e-franca-superam-brasil-no-emmy-internacional.ghtml>>. Acesso em: 19 jul. 2020

<sup>79</sup> Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/novelas-da-globo-perdem-reinado-no-emmy-internacional>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

O rápido avanço da ficção televisiva turca no mercado global causa espanto e explicita transformações drásticas nas lógicas de consumo, principalmente na América Latina: apesar de ser o berço das telenovelas, muitos telespectadores da região agora parecem estar dando preferência às produções turcas – que, aliás, recordam as telenovelas latino-americanas em suas primeiras décadas, quando seguiam narrativas melodramáticas clássicas. Para situar melhor essas mudanças no comportamento do público e no panorama televisivo, nos aprofundaremos no contexto do Brasil e do Uruguai, os dois países no qual iremos focar ao longo desta pesquisa.

#### 4. CENÁRIO TELEVISIVO NO BRASIL E NO URUGUAI

Brasil e Uruguai, apesar de não falarem o mesmo idioma, fazem fronteira e compartilham antecedentes históricos e similaridades culturais que vão desde a Guerra da Cisplatina, no início do século XIX, até o gosto pelas telenovelas. Mas, enquanto o Brasil produz a própria ficção televisiva desde a década de 1950, o Uruguai recorre às importações – os títulos brasileiros estão presentes no país vizinho desde o início dos anos 1980. Neste capítulo, abordaremos o histórico e as imbricações da televisão no Brasil e no Uruguai, e detalharemos o contexto televisivo atual em cada país.

##### 4.1. BRASIL

A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente em 18 de setembro de 1950 com a TV Tupi São Paulo, emissora fundada pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand. Em 20 de janeiro de 1951, a TV Tupi Rio de Janeiro, também fundada por Chateaubriand, iniciou suas atividades (MATTOS, 1990).

Nesse período, a televisão carregava características bem distintas das que conhecemos hoje. Primeiramente, se tratava de um veículo exclusivo para a elite do país, já que um aparelho televisor custava quase o mesmo valor que um carro. Além disso, a televisão se baseava no rádio, que até então era o veículo de comunicação mais popular no Brasil, emprestando a estrutura da programação, o formato dos programas e até mesmo os profissionais do meio radiofônico (MATTOS, 1990). A primeira telenovela brasileira, *Sua vida me pertence*, exibida ao vivo duas vezes por semana pela TV Tupi entre 1951 e 1952, era uma adaptação quase literal das radionovelas para a televisão, inclusive contando com um elenco vindo do rádio (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Nos anos 1960, a televisão começou a se desvencilhar da influência do rádio e a se estabelecer como meio de comunicação de massa. Esse processo se intensificou a partir da segunda metade da década com os incentivos do Estado, que visava tornar as telecomunicações um elemento estratégico na política de desenvolvimento, integração e de segurança nacional do regime militar, e, portanto, investiu pesado na infraestrutura tecnológica (LOPES, 2003).

A principal beneficiária dessas políticas foi a Rede Globo. Fundada pelo jornalista e empresário Roberto Marinho em 1965, a emissora cresceu sobretudo graças às relações amistosas com o regime, somadas ao “incremento do mercado de consumo, uma equipe

de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda, e um grupo de criadores de esquerda vindos do cinema e do teatro” (LOPES, 2003, p. 20). Essa combinação de fatores possibilitou que, ainda no final da década de 1960, a Globo já tivesse conquistado uma vasta audiência, e passasse a liderar o mercado brasileiro na década posterior.

Nesse cenário de rápido desenvolvimento, a telenovela, que funcionava como uma vitrine da contemporaneidade brasileira e de ideais a serem seguidos, logo caiu no gosto do público e se tornou o produto mais popular e lucrativo da televisão no país. Nos anos 1970, a produção brasileira – mais especificamente da Rede Globo, que respeitava uma série de convenções de formalidade e acabamento com o chamado *padrão Globo de qualidade* – se consolidou no mercado nacional e começou a alçar voos para o mercado internacional. Em 1976, *Gabriela* foi a primeira telenovela brasileira a ser exportada, alcançando grande sucesso em Portugal (HAMBURGER, 2005). Em 1979, com *O bem amado*, o Uruguai foi o primeiro país latino-americano a exibir uma telenovela brasileira, sendo imitado por outros países da região nos anos seguintes (MAZZIOTTI, 1996). Esse drástico aumento das exportações fez com que o faturamento da Globo com vendas externas chegasse a três milhões de dólares em 1981. Em 1983, o faturamento do canal com a comercialização internacional de telenovelas triplicou e ultrapassou os nove milhões de dólares, e, em 1985, o número atingiu 14 milhões de dólares (MATTOS, 1990). Os compradores das telenovelas da Globo incluíam até mesmo países socialistas, como Cuba, União Soviética e China (HAMBURGER, 2005).

O fim do regime militar em 1985 e a promulgação da nova Constituição em 1988 impactaram a indústria televisiva, mas não afetaram em grande medida a hegemonia da Rede Globo e o controle do Estado. A redemocratização do país deu fim à censura e permitiu uma diversificação da estrutura e da programação televisiva com a introdução da televisão a cabo e da tecnologia de transmissão digital e com a popularização massiva dos aparelhos de televisão, de videocassete e antenas parabólicas. Por outro lado, o sistema de concessão e controle das emissoras permaneceu sob responsabilidade do governo, apenas passando da alçada do executivo para o legislativo. Ou seja, isso significou deputados federais e senadores utilizando o poder em benefício próprio e distribuindo concessões de rádio e televisão entre os diversos patriarcas locais que dominam a política brasileira (HAMBURGER, 2005).

Ao longo dos anos 1990, SBT, Rede Manchete e RecordTV desafiaram a preponderância da Rede Globo, mas apenas de maneira pontual. Mesmo perdendo parte

do público para as novas opções de entretenimento audiovisual como a televisão a cabo e o videocassete, a Globo se manteve na frente das concorrentes, e suas telenovelas resistiram na liderança do horário nobre da televisão brasileira (HAMBURGER, 2005).

Ainda hoje, apesar da Globo já não mobilizar a mesma audiência das décadas passadas, o canal continua sendo o mais visto da televisão aberta brasileira. Segundo informações do Mídia Dados Brasil 2019,<sup>80</sup> organizado pelo Grupo de Mídia São Paulo, a Globo conquistou o primeiro lugar de audiência em 2018 nos três períodos avaliados pela pesquisa: no período matutino, que vai das sete horas ao meio dia, 31,8% do total de aparelhos televisores ligados em programação televisiva<sup>81</sup> estavam sintonizados na Globo; no período vespertino, que vai do meio dia às dezoito horas, o índice de audiência da Globo subia para 33,03%; e no período noturno, ou horário nobre, que vai das dezoito horas até a meia noite, 40,42% dos televisores acompanhando a programação televisiva estavam na Globo.

Em termos de audiência, a RecordTV e o SBT vêm logo atrás da Rede Globo. Ainda de acordo com o Mídia Dados Brasil 2019, as duas emissoras disputavam de maneira acirrada a segunda colocação nos três períodos considerados: no período matutino, o SBT saía na frente, com 17,87% do total de aparelhos televisores ligados em programação televisiva sintonizados no canal, enquanto a RecordTV dominava 15,65% da audiência; no período vespertino, a RecordTV era assistida por 16,53% do total de telespectadores contra 14,93% vendo a programação do SBT; e, no período noturno, apenas centésimos separavam a audiência dos dois canais, estando 13,95% dos aparelhos televisores no SBT e 13,74% na RecordTV. Mais recentemente, segundo dados do Painel Nacional de Televisão<sup>82</sup> referentes ao primeiro trimestre de 2019, a RecordTV disparou e se consolidou na frente do SBT. Em quarto lugar, ficou a Rede Bandeirantes, que aparecia na mesma posição nos períodos matutino, vespertino e noturno na pesquisa do Mídia Dados Brasil 2019. Na quinta colocação e também repetindo o desempenho do Mídia Dados Brasil 2019, estava a RedeTV.

As telenovelas continuam exercendo um papel importante na televisão brasileira, e, em 2018, as quatro emissoras mais vistas incluíam telenovelas na programação do

---

<sup>80</sup> Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midia-dados-2019>>. Acesso em: 19 ago. 2020.

<sup>81</sup> O TLE, sigla para total ligados especial, mede apenas a audiência dos televisores ligados em programação televisiva, excluindo os que estão conectados com outras mídias.

<sup>82</sup> Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/divirtase/2019/04/23/veja-quais-os-canais-de-televisao-mais-vistos-no-brasil-em-2019.html>>. Acesso em: 19 ago. 2020.

horário nobre de segunda a sexta-feira. Conforme o Mídia Dados Brasil 2019, as telenovelas compunham 18% da programação no período das dezoito horas até a meia noite tanto na Globo quanto no SBT, enquanto 14% da programação da Band e 10% da programação da RecordTV no mesmo intervalo eram constituídas por telenovelas. Com exceção da Band, que vem importando títulos estrangeiros, as outras três emissoras investem na própria ficção televisiva, refletindo a preferência do público brasileiro pelas produções nacionais: em 2018, 10 dos 10 títulos de ficção mais vistos no Brasil eram séries e telenovelas brasileiras (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2019).

A mais marcante característica das telenovelas da Globo ainda é o naturalismo, incorporado pelas produções da emissora ainda na década de 1970 como reação à rigidez das narrativas maniqueístas e dos personagens arquetípicos do melodrama clássico, e, junto com o merchandising social, um dos elementos responsáveis por consolidar a telenovela brasileira como *narrativa da nação* (LOPES, 2009). A partir dessa formação, as telenovelas contribuem para a constituição do sentimento de nacionalidade ao construir e desconstruir discursos, “dando-lhes sentido, atribuindo-lhes valor, organizando-os, estabelecendo vínculos, seja pela contradição, pela negação, ou pelo esquecimento” (MUNGIOLI, 2008, p. 14).

O merchandising social, aliás, também continua presente nas telenovelas da Globo: nos últimos anos, o canal tem buscado discutir questões ainda polêmicas na sociedade, como identidade de gênero, relações homoafetivas e homofobia, o que tende a gerar reprovação dos setores mais conservadores da população. Em 2015, a telenovela *Babilônia*, na qual as atrizes Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg interpretavam o casal lésbico Teresa e Estela, incomodou parlamentares da bancada evangélica, que incentivaram um boicote alegando que a produção fazia “apologia ao mal” e visava “destruir famílias”.<sup>83</sup> Mas a Globo não se deixou abalar por essa reprovação, seguindo com as temáticas consideradas controversas e inclusive alfinetando os religiosos ao retratar a falsa conversão da vilã Josiane, personagem de Agatha Moreira em *A dona do pedaço* (2019).

A RecordTV, emissora do bispo Edir Macedo, vai na direção oposta e, desde 2015, investe principalmente nas telenovelas bíblicas. A primeira aposta foi *Os Dez Mandamentos* (2015), baseada na história de Moisés, que triplicou os índices de audiência

---

<sup>83</sup> Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/03/20/por-conta-de-beijo-lesbico-parlamentares-fazem-campanha-contra-babilonia.htm>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

do canal durante o horário nobre<sup>84</sup> e chegou a ultrapassar a audiência da Globo no capítulo que mostrou a aguardada cena da abertura do Mar Vermelho.<sup>85</sup> Em 2017, *Os Dez Mandamentos* já tinha sido exportada para vinte três países, e foi sucesso na Argentina, no Chile, no Uruguai e no Estados Unidos. Com as produções religiosas seguintes, a RecordTV não alcançou a mesma audiência no Brasil, mas manteve o êxito no exterior.<sup>86</sup>

Entre o realismo da Globo e o conservadorismo da RecordTV, se encontram as telenovelas infantis do SBT, que são produzidas pelo canal desde 2012. Exibidas no horário nobre, essas produções não são voltadas apenas às crianças, mas também aos pais, garantindo ao SBT índices de audiência estáveis.<sup>87</sup> No entanto, apesar do público familiar e das narrativas melodramáticas geralmente baseadas nos roteiros das telenovelas infantis mexicanas, elas incluem o merchandising social: *Cúmplices de um resgate* (2015) trouxe à tona a temática da intolerância religiosa, enquanto *As Aventuras de Poliana* (2018) debateu questões como bullying, racismo e xenofobia.

Seja através de estratégias transmidiáticas ou do vídeo sob demanda, as emissoras têm buscado integrar as telenovelas às novas dinâmicas de consumo e dialogar com as plataformas digitais. Em 2015, a Globo lançou o Globoplay, serviço de streaming que disponibiliza a programação do canal e oferece acesso antecipado a séries ainda não exibidas na televisão ou que foram desenvolvidas exclusivamente para o meio digital. Na mesma lógica, a RecordTV também conta com seu próprio serviço de streaming, o Playplus, que iniciou as atividades em 2018. Em 2019, a Netflix, líder em streaming no Brasil, adicionou telenovelas bíblicas da RecordTV ao seu catálogo.<sup>88</sup> A telenovela infantil *Chiquititas*, produzida pelo SBT, também está disponível na Netflix.<sup>89</sup> Logo, as novas mídias são aliadas da televisão aberta, reconfigurando o panorama da ficção televisiva no Brasil (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018).

Entretanto, mesmo com a popularização das novas mídias, a televisão se mantém como o meio de comunicação mais disseminado entre a população brasileira. Segundo a

---

<sup>84</sup> Disponível em: <<https://www.theguardian.com/world/2015/may/29/brazil-biblical-soap-opera-ten-commandments>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

<sup>85</sup> Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/em-dia-historico-dez-mandamentos-tem-mais-audiencia-que-novela-das-9-da-globo-9682>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

<sup>86</sup> Disponível em: <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/santos-de-casa-novelas-que-como-apocalipse-tiveram-mais-exito-no-exterior-que-em-sua-tela-natal>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

<sup>87</sup> Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/cultura/como-funciona-a-industria-de-novelas-infantis-do-sbt>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

<sup>88</sup> Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2019/02/21/netflix-surpreende-e-adiciona-producoes-da-record-tv-em-seu-catalogo-125106.php>>. Acesso em: 21 ago. 2020.

<sup>89</sup> Consultado em 20 de agosto de 2020.

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua,<sup>90</sup> realizada pelo IBGE, 96,4% dos domicílios brasileiros contavam com um aparelho de televisão em 2018. Conforme a mesma pesquisa, 74,7% dos brasileiros consultados tinham acesso à internet, sendo o telefone móvel celular utilizado por 98,1% dessas pessoas para se conectar na web – do total de entrevistados, 79,3% possuíam telefone móvel celular para uso pessoal. Quanto à frequência com que os brasileiros assistem à televisão, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016,<sup>91</sup> promovida pela Secretaria de Comunicação Social, indicou que 77% dos entrevistados assistiam à televisão todos os dias da semana. O consumo médio diário de televisão de segunda a sexta era de três horas e vinte e um minutos, e, aos sábados e domingos, essa média subia para três horas e trinta e nove minutos. Ou seja, setenta anos após a inauguração da televisão no Brasil, ela segue integrando o cotidiano de grande parte dos brasileiros.

#### 4.2. URUGUAI

A televisão já era conhecida pelos uruguaios desde o início da década de 1950, e, mesmo que de maneira precária, a região oeste do país recebia sinais da Argentina, onde a primeira emissora foi inaugurada em 1951. No entanto, o meio de comunicação só chegou ao Uruguai oficialmente em 1956 com o início das atividades do Saeta Canal 10 (MARONNA, 2007).

Apesar da televisão ter demorado para se instalar no Uruguai em comparação a outros países, sua expansão se deu de maneira relativamente rápida. Em 1961, foi fundado o Monte Carlo Canal 4, acabando com o monopólio do Saeta Canal 10, e, nesse período de cinco anos em que só existiam duas emissoras, se calcula que foram adquiridos trinta mil aparelhos televisores ao redor do país. Depois, em 1962, foi inaugurado o Teledoce Canal 12, e, em 1963, o Sodre Canal 5, emissora estatal hoje chamada de Televisión Nacional Uruguay – ou simplesmente tnu. Ainda em 1963, se estima que 18,6% dos domicílios urbanos já contavam com aparelho televisor (MARONNA, 2007).

---

<sup>90</sup> Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf)>. Acesso em: 21 ago. 2020.

<sup>91</sup> Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016-1.pdf/view>>. Acesso em: 21 ago. 2020.

Logo, as emissoras uruguaias, que no início contavam com tecnologias bastante rudimentares, investiram em equipamentos mais modernos, como câmeras de melhor qualidade e antenas com maior alcance, e profissionalizaram os conteúdos veiculados. Esse processo foi possibilitado pelo poder econômico por trás dos três canais privados: todos eles eram propriedade de grupos empresariais que já dominavam outros setores importantes da economia, inclusive da comunicação. Além disso, o avanço da televisão chamou a atenção das agências de publicidade, que também estavam em processo de desenvolvimento e passaram a fazer o trabalho de produtoras, criando programas, escalando atores e intermediando o contato com anunciantes, trabalho fundamental para estabelecer as dinâmicas televisivas (MARONNA, 2007).

No entanto, apesar do crescimento da televisão, ela não substituiu imediatamente o papel até então ocupado pelo rádio, presente no Uruguai desde 1922 (MARONNA, 2007). A integração da televisão ao dia-a-dia dos uruguaios ocorreu de forma vagarosa: “Sua instalação nas práticas cotidianas foi um processo lento no qual deixou de ser novidade tecnológica, símbolo de status, para penetrar na domesticidade das pessoas e integrar o tecido de suas rotinas de lazer e de cotidianidade” (VILELA, 2016, p. 106, tradução nossa).<sup>92</sup>

Durante o processo de desenvolvimento e consolidação da televisão uruguaia, a telenovela se tornou um elemento grande relevância na programação das emissoras. Mas, ao contrário do Brasil, que privilegiava a produção nacional, o Uruguai importava títulos de outros países, especialmente da América Latina. A princípio, as telenovelas vinham da Argentina, México, Venezuela e, mais tarde, da Colômbia. Entretanto, em 1979, a telenovela *O bem amado*, produzida pela Rede Globo, foi levada ao ar no país, dando o pontapé inicial um fenômeno que viria a se expandir nas duas décadas seguintes: a presença das telenovelas brasileiras na televisão uruguaia (VILELA, 2016).

Ao longo dos anos 1980, as telenovelas *A escrava Isaura*, *Dancing days* e *Selva de pedra* conquistaram parte do público uruguaio, e, na década de 1990, todas as emissoras da televisão aberta aderiram às telenovelas brasileiras. No ano de 1990, o Teledoce Canal 12 exibia *Vale tudo*, o Saeta Canal 10 transmitia *Roque Santeiro*, o Monte Carlo Canal 4 levava ao ar *Fera radical*, e o Sodre Canal 5 veiculava *Plumas e Paetês*.

---

<sup>92</sup> No original: “Su instalación en las prácticas cotidianas fue un lento proceso en el que dejó de ser novedad tecnológica, símbolo de estatus, para penetrar en la domesticidad de las personas e integrar el tejido de sus rutinas del ocio y de la cotidianidad” (VILELA, 2016, p. 106).

As emissoras também fizeram modificações nas dinâmicas da programação em função das telenovelas brasileiras, deslocando as produções do período vespertino para o período noturno, e, em alguns casos, alterando a frequência de exibição. A Teledoce Canal 12, por exemplo, definiu as noites de terças e quintas-feiras como horário oficial das telenovelas brasileiras (VILELA, 2016).

Para os telespectadores uruguaios, a telenovela brasileira foi percebida como um produto bastante distinto: ela introduziu realismo, personagens complexos e novas temáticas, além de apresentar cenários diferentes e paisagens exuberantes, atraindo a atenção daqueles que não assistiam ou não admitiam que assistiam telenovelas (VILELA, 2016). No Uruguai, as telenovelas brasileiras eram consideradas mais comprometidas com a realidade em comparação à leveza e descontração das telenovelas mexicanas e argentinas, e, segundo um estudo de recepção realizado por Rosario Sánchez Vilela (2000), eram utilizadas “para pensar”.

Hoje, as telenovelas seguem tendo expressividade na televisão uruguaia. Em 2012, 37% da programação de ficção televisiva do Monte Carlo Canal 4 era composta por telenovelas, enquanto 31% do total de ficção televisiva exibida pelo Teledoce Canal 12 era formado por telenovelas. O Saeta Canal 10 e o tnu, que deram ênfase às séries, tinham as telenovelas constituindo 23% da programação de ficção televisiva. Mas, no mesmo ano, já haviam fortes indícios de uma mudança na procedência da ficção televisiva: dos títulos de ficção levados ao ar nos canais uruguaios em 2012, 29,4% eram de origem norte-americana, 14,4% de origem europeia, 11,3% de origem argentina, e 16,2% provinha do restante da região latino-americana – aí englobando Brasil, Chile e México. O Teledoce Canal 12 foi o único com uma representação significativa de títulos brasileiros, os quais compunham 6% da programação de ficção televisiva da emissora (BUQUET; LANZA; RODACOKOVICH, 2013).

Por outro lado, a preferência dos telespectadores uruguaios pelas telenovelas permanece alta. De acordo com o Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural,<sup>93</sup> desenvolvido pelo Observatório Universitário de Políticas Culturais em 2014, as telenovelas eram o terceiro tipo de conteúdo televisivo que despertava mais interesse dos telespectadores uruguaios, atrás apenas dos programas informativos e dos filmes. Os programas informativos tinham a preferência de 66,5% dos

---

<sup>93</sup> Disponível em: <[https://icau.mec.gub.uy/innovaportal/file/67163/1/imaginarios\\_y\\_consumo\\_cultural\\_-\\_tercer\\_informe\\_-\\_2014.pdf](https://icau.mec.gub.uy/innovaportal/file/67163/1/imaginarios_y_consumo_cultural_-_tercer_informe_-_2014.pdf)>. Acesso em: 21 ago. 2020.

respondentes, e os filmes foram indicados como opção favorita por 38% dos respondentes. Já a preferência pelas telenovelas era de 31,2%, número que quase não teve alteração desde as duas últimas edições da pesquisa, em 2002 e em 2009 – em ambos os estudos, 33% das pessoas consultadas afirmaram considerar as telenovelas suas opções preferidas na televisão. Enquanto isso, o interesse pelos programas informativos e filmes sofreu uma queda bastante significativa se comparado às pesquisas anteriores. Em 2009, 74% dos respondentes preferia os programas informativos, e 46% optava pelos filmes; em 2002, os programas informativos tinham a preferência de 71% dos respondentes, e os filmes eram a alternativa favorita de 49% dos respondentes.

A televisão, por sua vez, se mantém como o meio de comunicação mais difundido no Uruguai. Novamente conforme o Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural, 94% dos domicílios uruguaios possuíam aparelho de televisão em 2014, e 96% dos uruguaios afirmavam ver televisão diariamente. Dentro desse número, 46,5% indicou assistir televisão entre uma e três horas por dia, 17% informou acompanhar a programação entre três e quatro horas por dia, e 18,9% declarou ultrapassar as quatro horas diárias diante da tela da televisão. O computador e o laptop, apesar de terem se popularizado nos últimos anos, permanecem atrás da televisão em disseminação: respectivamente, 47,3% e 41,3% dos domicílios dispunham dos equipamentos. Já 88,5% dos respondentes mencionou ter telefone móvel celular para uso pessoal. Mas, apesar das tecnologias disponíveis para o acesso, apenas 47,9% dos uruguaios alegou utilizar a internet todos os dias.

Dessa revisão sobre o cenário televisivo no Brasil e no Uruguai, podemos concluir que a televisão, especialmente a ficção televisiva, tem se desenvolvido em sincronia com os avanços tecnológicos e as transformações sociais, indicando a necessidade de estudar a telenovela em conjunto com esses e outros elementos que influenciam na dinâmica de recepção. No capítulo seguinte, situaremos a telenovela em relação aos estudos de recepção, nos aprofundaremos na teoria das mediações de Martín-Barbero e apresentaremos nossa metodologia.

## 5. PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO

É comum que o ato de assistir televisão seja considerado intelectualmente inferior e associado à passividade e à alienação. Mas, na década de 1960, os estudos culturais britânicos já salientavam a capacidade do público de negociar e até mesmo subverter significados de produções televisivas. Na América Latina, há uma ampla trajetória de estudos que se dedicam a investigar a recepção de produtos midiáticos. O destaque nessas pesquisas vai para as telenovelas, principal produto midiático em grande parte dos países latino-americanos. Neste capítulo, apresentaremos o percurso dos estudos de recepção de telenovela ao longo das décadas e descreveremos como nossa pesquisa foi conduzida.

### 5.1. ESTUDOS DE RECEPÇÃO E TELENVELA

A tradição de pesquisa dos estudos de recepção começou a se desenvolver na América Latina a partir do final da década de 1980. A intenção era compreender o processo de produção de sentidos dos sujeitos às narrativas midiáticas, aos gêneros, formatos e aos próprios meios de comunicação, incorporando, além da teoria das mediações de Martín-Barbero, os processos de hibridização cultural de García Canclini (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

No Brasil, por conta de obstáculos como a língua e a precária rede de periódicos especializados, somados à prevalência de abordagens de origem francesa e anglo-americana, o diálogo com as reflexões em andamento nos demais países latino-americanos veio um pouco mais tarde: a disseminação das ideias de Martín-Barbero se acentuou apenas a partir da segunda metade dos anos 1990, quando pesquisas que tratavam da recepção da telenovela, da publicidade, do desenho animado e do cinema na televisão passaram a adotar a teoria das mediações como baliza teórica (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005). Desde então, a maior parte dos estudos de recepção focados na recepção televisiva realizados no país se filia à perspectiva latino-americana (JACKS, 2014).

A telenovela, por sua vez, ficou à margem da academia até a década de 1980, quando finalmente começou a despertar interesse enquanto objeto de estudo e motivou investigações sobre o seu histórico, como os livros *Memória da telenovela brasileira*,

publicado por Ismael Fernandes em 1982, e *Telenovela: história e produção*, organizado por Renato Ortiz, Silvia Borelli e José Mario Ortiz Ramos em 1989. Neste período, também se destaca a tese de Ondina Fachel Leal, *Leitura social da novela das oito*, defendida em 1983 e transformada em livro em 1986. Desenvolvida no âmbito da Antropologia, buscava compreender como as mensagens da telenovela *Sol de verão* eram entendidas e reelaboradas por mulheres de diferentes classes sociais, e, portanto, é considerada pioneira dentro dos estudos de recepção brasileiros.

Durante os anos 1990, a pesquisa sobre a recepção de telenovelas dentro da pós-graduação em comunicação começou a tomar forma, e foram desenvolvidos vinte e seis trabalhos sobre telenovelas, sendo 10 – três teses e sete dissertações – sobre sua recepção (JACKS, 2008). No entanto, a efetiva consolidação foi na década de 2000: conforme o mapeamento de Silva (2014), foram elaboradas 24 pesquisas sobre a recepção de telenovelas durante o período de 2000 a 2009. Esses estudos se concentraram em São Paulo – 16 das pesquisas foram desenvolvidas no Estado –, sobretudo na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, onde se localiza o Centro de Estudos de Telenovela (CETVN).<sup>94</sup>

Com relação aos métodos de pesquisa, 19 utilizaram somente a abordagem qualitativa, enquanto cinco articularam tanto qualitativa quanto quantitativa. Quanto às técnicas selecionadas, cinco fizeram uso de uma única, enquanto as demais combinaram diferentes procedimentos. A entrevista foi a mais escolhida, sendo utilizada em 19 das pesquisas. A observação participante foi usada em nove trabalhos, seguida pelo questionário, eleito em oito, e a discussão em grupo, selecionada em seis. Outras técnicas também apareceram em menor quantidade, como formulário, análise de foto, história de vida, etnografia, estudo de caso, netnografia, análise de conteúdo e análise de discurso. E, apesar das novas articulações entre autores, teorias e abordagens, os autores mais referenciados continuaram sendo Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco Gómez, Stuart Hall e Maria Immacolata Vassallo de Lopes (SILVA, 2014).

---

<sup>94</sup> O Centro de Estudos de Telenovela (CETVN) tem como principal finalidade apoiar e desenvolver pesquisas na área de ficção televisiva (<http://www.cetvn.net.br/>).

Já na década de 2010, identificamos um crescimento ainda maior no número de pesquisas sobre a recepção de telenovelas: de acordo com nossa consulta,<sup>95</sup> foram feitas 30 pesquisas entre 2010 e 2019, sendo 21 dissertações e nove teses (APÊNDICE 1). Dez desses trabalhos foram desenvolvidos na Escola Superior de Marketing e Propaganda (ESPM), sete na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), quatro na Universidade de São Paulo (USP), quatro na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e dois na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). A Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), a Universidade Católica de Brasília (UCB) e a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) produziram um único trabalho sobre a recepção de telenovelas cada.

Dessas 30 pesquisas, sete tiveram como sujeitos grupos específicos de mulheres, articulando a recepção e as questões de gênero. Marques (2018) analisou a recepção da telenovela *A regra do jogo* a partir da perspectiva de oito mulheres de diferentes classes sociais; Barbiero (2018) investigou os usos feitos das representações sobre gênero na telenovela por cinco mulheres integrantes de uma associação baseada nos princípios da economia solidária; John (2014) explorou as reconfigurações no cotidiano de mulheres encarceradas a partir da mediação das telenovelas; Wottrich (2011) buscou compreender as apropriações das representações da velhice na telenovela *Passione* por mulheres idosas de classes populares; Silva (2011) discutiu as noções do feminino elaboradas por mães e filhas de classes populares a partir da telenovela *Passione*; e Sifuentes (2010, 2014) observou o papel da classe social no processo de recepção das telenovelas. Outros três trabalhos também trouxeram as questões de gênero e sexualidade a partir de outros vieses: Chagas (2018) focou na recepção masculina das telenovelas e sua influência na construção social das masculinidades; Cretaz (2015) verificou as relações estabelecidas entre vilania, redenção e homossexualidade na telenovela *Amor à vida* a partir das leituras e apropriações feitas por integrantes da comunidade LGBT; e Oliveira (2014) analisou a representação e os discursos dos personagens homossexuais da teledramaturgia brasileira, examinando tanto aspectos textuais e quanto a recepção do público.

---

<sup>95</sup> Foram buscados os termos “recepção” e “telenovela” na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (<http://bdtd.ibict.br/>), o que gerou quarenta e sete resultados. As pesquisas então foram analisadas individualmente, e eliminamos aquelas que não eram da área da comunicação ou que não se configuravam como estudo de recepção. A consulta foi feita em 20 de janeiro de 2020. As informações nos parágrafos seguintes são resultado deste mapeamento.

A recepção da telenovela por grupos específicos de outras nacionalidades ou de brasileiros inseridos em outros contextos culturais foi abordada em sete pesquisas, as quais levantaram discussões sobre identidade, diferença e fluxos internacionais da ficção televisiva. Lourenço (2018) usou os estudos de recepção para entender o papel da telenovela brasileira no processo de modernização da sociedade angolana; Novaes (2014) investigou os imaginários construídos pelos equatorianos sobre os brasileiros a partir da recepção da telenovela *Avenida Brasil*; Dhein (2018) analisou como os conteúdos das telenovelas brasileiras são apreendidos pelos cubanos e de que maneira isso se reflete na vida no país; Abrão (2010) comparou o público brasileiro e português analisando a recepção das telenovelas do horário nobre de cada um dos países; e Macedo (2010) também comparou brasileiros e portugueses, examinando a recepção do telejornal, da telenovela e da publicidade nos dois países. Suzuki (2015, 2019), apesar de não ter trabalhado com grupos de outras nacionalidades, considerou a recepção da telenovela entre brasileiros residentes no Japão. Em sua dissertação, ela buscou entender a produção de sentidos da identidade brasileira com base nos discursos feitos sobre os temas abordados na telenovela *Amor à vida*, e, em sua tese, examinou a telenovela brasileira enquanto mediação na relação intergeracional entre pais e filhos brasileiros que moram no Japão. Embora tenha desenvolvido sua dissertação em um período anterior ao aqui abrangido, Silva (2008) também trouxe a perspectiva de brasileiros migrantes em sua dissertação. Ela analisou a produção de sentidos sobre a telenovela *Páginas da Vida* por duas famílias brasileiras residentes em São Luís, no Maranhão, e duas famílias brasileiras residentes em Portugal.

A recepção das telenovelas em comunidades virtuais foi considerada em três pesquisas. Jesus (2013) escolheu o Facebook para observar a articulação do merchandising social presente na telenovela *Salve Jorge* com as pautas da imprensa e os temas de conversação cotidiana; Pieniz (2013) analisou o processo de transformação dos receptores em emissores ao compartilharem suas percepções sobre as telenovelas *Passione*, *Insensato coração* e *Fina estampa* no Twitter; e Ledo (2012) investigou as apropriações da trilha sonora da telenovela *Passione* no YouTube.

Embora as produções turcas não sejam telenovelas propriamente ditas, elas seguem padrões narrativos que se aproximam daquilo que conhecemos como telenovelas. Portanto, as teses e dissertações sobre a recepção de telenovelas que trabalham com gênero, identidade e redes sociais digitais são referências importantes para o

desenvolvimento da nossa pesquisa. Primeiro, conforme verificado em pesquisa anterior (FERREIRA, 2017), as mulheres parecem ser o principal público da ficção televisiva turca, o que torna fundamental trazer a perspectiva de gênero para a discussão. Segundo, como abordaremos a recepção da ficção televisiva vinda da Turquia nos contextos brasileiro e uruguaio, é necessário abranger a multiplicidade das relações presentes no cenário de globalização. Terceiro, já que parte da distribuição da ficção televisiva turca e da interação dos telespectadores se dá pelas comunidades virtuais, precisamos contemplar os movimentos que acontecem no ambiente online. A seguir, descreveremos a metodologia que empregamos para abarcar todas essas questões.

## 5.2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para pensar a recepção em articulação com a complexa malha de interações envolvidas nesse processo, recorreremos ao uso estratégico dos mapas das mediações de Martín-Barbero (2013) articulado ao modelo interpretativo proposto por Jensen (1998). Empregamos uma metodologia que combina diferentes técnicas: embora a perspectiva qualitativa norteie esse trabalho, decidimos incorporar também uma perspectiva quantitativa para ter um entendimento mais amplo do processo de recepção. Como detalharemos a seguir, os procedimentos escolhidos foram a pesquisa exploratória, o questionário online e a entrevista em profundidade.

### 5.2.1. PESQUISA EXPLORATÓRIA

Em um primeiro momento, buscamos firmar uma base sólida para o trabalho por meio de leituras e reflexões epistemológicas, teóricas e metodológicas. Ao mesmo tempo, nos dedicamos à pesquisa exploratória para estabelecer uma aproximação empírica do fenômeno da ficção televisiva turca na América Latina. Bonin (2005) justifica a importância dessa articulação inicial:

A pesquisa exploratória traz contribuições importantes para a construção investigativa. As pistas relativas ao(s) fenômeno(s) geradas através dela

facilitam a construção e a concretização dos problemas/objetos investigados; permitem trabalhar na construção de configurações teóricas sensíveis aos objetos concretos da realidade comunicacional; suscitam o aprofundamento de dimensões teóricas que se revelam importantes na configuração do concreto. A pesquisa exploratória oportuniza experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos. Auxilia na construção das amostras e, ou corpus a serem focalizados na investigação sistemática (BONIN, 2005, p. 125).

Desde o princípio, havia uma preocupação em identificar as dinâmicas que permeiam a produção, a distribuição e a recepção da ficção televisiva turca. Portanto, além do levantamento bibliográfico, fizemos também observações não-participantes em páginas, grupos e perfis brasileiros e uruguaios associados às produções turcas no Facebook,<sup>96</sup> Telegram, Whatsapp,<sup>97</sup> Twitter<sup>98</sup> e Instagram<sup>99</sup> para orientar nossos próximos passos. Segundo Silva (2014), se trata de uma tendência no cenário atual de convergência midiática:

Uma parcela significativa de consumidores desse produto, sobretudo os jovens, têm acompanhado a telenovela não mais através da televisão, mas da Internet, inclusive pautando essas narrativas nas redes sociais. Ao que tudo indica, esse fato, junto a vários outros contribuiu para alguns pesquisadores definirem o público das suas pesquisas a partir das redes sociais, ou seja, o receptor virtual (SILVA, 2014, p. 134).

Com essa observação, realizada entre junho de 2019 e março de 2020, foi possível ter um entendimento inicial de como os telespectadores brasileiros e uruguaios se relacionam com a ficção televisiva turca. Examinamos as interações entre telespectadores e as práticas de consumo, identificando a centralidade das redes sociais na difusão de produções turcas e outros conteúdos relacionados. Alguns dos aspectos que se destacaram foram o uso do YouTube e Telegram para consumo dos episódios, o interesse pela trajetória de atores turcos, os fortes laços de amizade existente entre os telespectadores, e

---

<sup>96</sup> Há algumas dezenas de grupos brasileiros dedicados à ficção televisiva, e o maior deles tem quase 100 mil membros. Não identificamos grupos específicos do Uruguai, mas os telespectadores uruguaios estão presentes em grupos da Argentina ou da América Latina em geral. O maior grupo argentino ultrapassa os 140 mil membros, e os grupos voltados aos telespectadores da América Latina chegam aos 200 mil membros. Ingressamos em todos os grupos visíveis na busca do Facebook.

<sup>97</sup> Nos grupos do Facebook, obtivemos links para os grupos no Telegram e WhatsApp.

<sup>98</sup> Procuramos por palavras-chave como “novelas turcas” e “séries turcas” na busca do Twitter para encontrar usuários que fossem telespectadores da ficção televisiva turca. Na época, identificamos principalmente fãs da série *Erkenci Kuş*. Esses usuários foram adicionados a uma lista que monitorávamos periodicamente para acompanhar os novos tweets.

<sup>99</sup> Também nos grupos do Facebook, descobrimos os perfis de alguns fãs clubes no Instagram. Esses fãs clubes nos levaram a outros perfis também dedicados à ficção televisiva turca.

o crescente contato com ficção televisiva de origens “não-convencionais”, como séries e filmes sul-coreanos e indianos. Além disso, a observação abrangeu a familiarização com termos turcos utilizados pelos telespectadores, títulos de produções turcas, e nomes de atores. Essas informações foram essenciais para a elaboração, aplicação e análise dos questionários e condução das entrevistas.

Nossa aproximação inicial incluiu também uma ambientação ao atual cenário televisivo em cada um dos países investigados. Embora não tenhamos a intenção de desenvolver uma pesquisa comparativa, investigar contextos socioculturais distintos requer o conhecimento das culturas e sistemas abordados. Segundo Esser e Vliegenthart (2017), entender como os contextos moldam fenômenos comunicacionais de maneiras diferentes é um dos objetivos centrais desse tipo de investigação. Posteriormente, essa perspectiva pode trazer uma série de benefícios:

[...] a análise comparativa destaca o entendimento da própria sociedade ao posicionar estruturas familiares e rotinas contra aquelas de outros sistemas (entendimento); a comparação eleva nossa consciência de outros sistemas, culturas, e padrões de pensamento e ação, portanto iluminando nossos próprios arranjos de comunicação política e nos permitindo contrastá-los criticamente com aqueles prevalentes em outros países (consciência); a comparação permite a testagem de teorias em diferentes ambientes e a avaliação do alcance e relevância de certos fenômenos, dessa forma contribuindo para o desenvolvimento de uma teoria que possa ser aplicada universalmente (generalização); a comparação evita que os pesquisadores exagerem nas generalizações baseadas em suas próprias e normalmente idiossincráticas experiências, e desafia reivindicações etnocêntricas ou de universalização ingênua (relativização); e a comparação permite acesso a uma grande variedade de opções alternativas e soluções de problemas que podem facilitar ou revelar uma saída para dilemas similares (alternativas).” (ESSER; VLIEGENTHART, 2017, p. 2, tradução nossa).<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> “(...) comparative analysis enhances the understanding of one’s own society by placing its familiar structures and routines against those of other systems (understanding); comparison heightens our awareness of other systems, cultures, and patterns of thinking and acting, thereby casting a fresh light on our own political communication arrangements and enabling us to contrast them critically with those prevalent in other countries (awareness); comparison allows for the testing of theories across diverse settings and for the evaluating of the scope and significance of certain phenomena, thereby contributing to the development of universally applicable theory (generalization); comparison prevents scholars from over-generalizing based on their own, often idiosyncratic, experiences and challenges claims to ethnocentrism or naïve universalism (relativization); and comparison provides access to a wide range of alternative options and problem solutions that can facilitate or reveal a way out of similar dilemmas at home (alternatives)” (ESSER; VLIEGENTHART, 2017, p. 2).

Esser e Vliegthart (2017) também enfatizam a necessidade de acionar teorias e métodos equivalentes nos diferentes contextos estudados. Portanto, executamos as etapas seguintes de maneira idêntica para Brasil e Uruguai.

### 5.2.2. APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS

A etapa exploratória nos deu algumas pistas sobre a recepção da ficção televisiva turca. Para obtermos uma perspectiva panorâmica desse processo, optamos pela aplicação de um questionário online. Novelli (2005) aponta algumas das vantagens desse instrumento de pesquisa:

Dentre seus aspectos positivos, podem-se destacar a possibilidade de que a investigação do ambiente ocorra em ambientes reais, sem a necessidade de se lançar mão de recursos de laboratório; a viabilidade de realização de análises estatísticas de variáveis como dados sociodemográficos, de atitude, dentre outras; a quase inexistência de barreiras geográficas para a realização das entrevistas e o baixo custo de aplicação ao se considerar a quantidade de informações recolhidas (NOVELLI, 2005, p. 165).

Então, com o objetivo de coletar informações a respeito do perfil dos telespectadores das produções turcas no Brasil e no Uruguai, desenvolvemos dois questionários: uma versão em português, voltada ao público brasileiro, e outra em espanhol, destinada ao público uruguaio.

A versão em português (APÊNDICE 2) foi composta por 42 perguntas, sendo 30 fechadas e 12 abertas, e a versão em espanhol (APÊNDICE 3) contava com 39 perguntas, sendo 28 fechadas e 11 abertas. Essa diferença na quantidade se deu pelo fato de que o questionário voltado ao público brasileiro incluía uma pergunta extra sobre o Estado em que viviam os respondentes, e, ao final, havia também a possibilidade de participar do sorteio de três pôsteres de atores turcos e deixar o número de telefone para contato em etapas futuras da pesquisa. Enquanto isso, o questionário uruguaio se encerrava dando a opção de fornecer apenas o endereço de e-mail. Salvo essas exceções e as adaptações

necessárias nas perguntas sobre grau de escolaridade<sup>101</sup> e emissoras de televisão de preferência,<sup>102</sup> os questionários eram iguais. Em ambos os questionários, as perguntas foram divididas em cinco categorias.

QUADRO 1 – CATEGORIAS DE PERGUNTAS DOS QUESTIONÁRIOS

<b>Categoria</b>	<b>Descrição</b>
Termo de consentimento	Esclarecimentos sobre a utilização das respostas em uma pesquisa acadêmica e solicitação de consentimento dos respondentes.
Características gerais	Perguntas sobre gênero, faixa etária, escolaridade, localização, ocupação, orientação sexual e religião.
Consumo midiático	Perguntas sobre hábitos de consumo de televisão, redes sociais digitais, serviços de streaming e preferências audiovisuais em geral.
Ficção televisiva turca	Perguntas sobre o consumo e a relação com a ficção televisiva turca.
Informações de contato	Preenchimento de informações de contato caso os respondentes desejassem se identificar para participar de etapas futuras da pesquisa.

FONTE: Desenvolvido pela autora.

Após testarmos os questionários com um grupo limitado de respondentes e realizarmos os ajustes necessários, eles foram distribuídos nos grupos, páginas e perfis anteriormente mapeados. Nesta etapa, contamos também com a colaboração de telespectadores que voluntariamente compartilharam o questionário em suas próprias redes sociais, e de familiares de telespectadores que encaminharam os questionários para que estes pudessem participar.<sup>103</sup> Devido à baixa adesão do público uruguaio, começamos também a divulgar os questionários nos comentários das postagens das emissoras de televisão Saeta Canal 10 e Monte Carlo Canal 4 no Facebook e no Twitter, e a contatar telespectadores diretamente por mensagens privadas.

<sup>101</sup> Na pergunta “Qual seu grau de escolaridade” as opções de resposta estavam adaptadas ao sistema educacional de cada país.

<sup>102</sup> Na pergunta “Você prefere as telenovelas de qual emissora?” as opções de resposta estavam adaptadas às emissoras da televisão aberta de cada país.

<sup>103</sup> Muitos colegas, ao saberem da realização dessa pesquisa, comentaram que seus pais ou avós assistiam à ficção televisiva turca. Quando o questionário começou a ser distribuído, enviamos o link, e eles gentilmente o encaminharam para os potenciais respondentes.

O questionário brasileiro ficou disponível do dia 01/04/2020 até o dia 15/05/2020 e recebeu 505 respostas válidas.<sup>104</sup> O questionário uruguaio ficou no ar durante o mesmo período, e recebeu 77 respostas válidas.<sup>105</sup> Os dados obtidos foram então organizados e transformados em gráficos<sup>106</sup> para facilitar a visualização das informações. Além disso, também identificamos os principais pontos que emergiram nas questões abertas para nos guiar na etapa seguinte da pesquisa.

### 5.2.3. REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

Considerando as informações coletadas, selecionamos voluntários brasileiros e uruguaio para realizar entrevistas em profundidade e, assim, entender as apropriações dos elementos melodramáticos das narrativas das telenovelas turcas a partir de um ponto de vista qualitativo. Duarte (2005) discorre sobre as possibilidades que a técnica permite:

[...] os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade. Nesse percurso, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. Possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada (DUARTE, 2005, p. 62-63).

Na pesquisa de recepção da telenovela, a entrevista em profundidade é um instrumento útil por permitir, ao mesmo tempo, acesso aos conceitos compartilhados e divergentes, além de propiciar uma atividade narrativa próxima a que as pessoas praticam diariamente na conversa, ou seja, próxima da vida cotidiana:

Se os sentidos produzidos na recepção da telenovela circulam na cotidianidade, se investigar a recepção da telenovela supõe introduzir-se na narratividade

---

<sup>104</sup> No total, o questionário brasileiro recebeu 512 respostas. As respostas excluídas estavam duplicadas, foram feitas por telespectadores de fora do Brasil, ou foram feitas por telespectadores que não concordaram com o termo de consentimento apresentado no início. Duas respostas de telespectadores uruguaio foram remanejadas para o questionário uruguaio.

<sup>105</sup> No total, o questionário uruguaio recebeu 79 respostas. As respostas excluídas foram feitas por telespectadores de fora do Uruguai, ou foram feitas por telespectadores que não concordaram com o termo de consentimento apresentado no início. Duas respostas vieram realocadas do questionário brasileiro.

<sup>106</sup> Para realizar esse processo, utilizamos os pacotes pandas, matplotlib e seaborn do Python.

ordinária, resulta especialmente útil um instrumento que propicia uma atividade narrativa muito próxima a que pratica-se na vida cotidiana (VILELA, 2006, p. 49).

Os voluntários foram inicialmente selecionados a partir das informações de contato disponibilizadas no questionário, mas alguns obstáculos surgiram nesse processo. O primeiro problema foi que poucos telespectadores uruguaios responderam ao nosso contato via e-mail, o que explicitou uma falha no processo de elaboração dos questionários: era necessário ter solicitado o número telefone assim como foi feito no questionário voltado ao público brasileiro. Contornamos essa situação pedindo que os poucos voluntários que aceitaram ser entrevistados indicassem amigos para também participarem da pesquisa. Curiosamente, algumas das pessoas indicadas tinham inclusive respondido ao questionário, mas não haviam visto o contato por e-mail.

O segundo problema surgiu por conta do intervalo de tempo entre a distribuição dos questionários e a condução das entrevistas. Nesse período, houve um aparente crescimento do número de telespectadores jovens no Brasil, que não estavam representados na nossa amostra. Esse fato chamou a nossa atenção depois que uma reportagem publicada pelo Metrôpoles<sup>107</sup> compartilhou resultados preliminares da pesquisa,<sup>108</sup> e diversas telespectadoras, sobretudo no Twitter, questionaram os dados.<sup>109</sup> Essa reação nos motivou a convidar algumas dessas telespectadoras para as entrevistas, e duas delas concordaram em participar. Mas, como veremos mais a frente, a popularização da ficção televisiva turca entre o público jovem parece se tratar de um fenômeno ainda muito recente e limitado a alguns poucos títulos.

Ao todo, realizamos entrevistas semiestruturadas com 11 telespectadores brasileiros e 7 telespectadores uruguaios de perfis variados (QUADRO 2).<sup>110</sup>

---

<sup>107</sup> Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/de-olho-no-publico-conservador-globo-importa-novelas-turcas>>. Acesso em: 13 mai. 2021.

<sup>108</sup> A jornalista Débora Sögur-Hous, autora da reportagem, me convidou para comentar sobre popularidade das séries turcas no Brasil, e tive a oportunidade de dividir alguns dos dados em relação ao perfil do público da ficção televisiva turca no país.

<sup>109</sup> Os comentários contestavam o perfil mais velho e conservador encontrado entre a maioria das telespectadoras, e sugeriam que a pesquisadora responsável pelo estudo deveria entrevistar as fãs do Twitter. Foi exatamente o que fiz.

<sup>110</sup> Para respeitar o anonimato dos voluntários, todos os nomes são fictícios.

QUADRO 2 – PERFIL DOS TELESPECTADORES ENTREVISTADOS

<b>Nome</b>	<b>Faixa etária</b>	<b>Ocupação</b>	<b>Localização</b>
Sofia	18 anos	Atendente de telemarketing	Rio Grande do Sul, BR
Alice	19-25 anos	Microempresária	Rio de Janeiro, BR
Carol	19-25 anos	Doutoranda	Pernambuco, BR
Karina	26-32 anos	Publicitária	Mato Grosso do Sul, BR
Fernanda	33-39 anos	Professora	Maranhão, BR
Lucas	40-46 anos	Jornalista	Distrito Federal, BR
Ana	47-53 anos	Dona de casa	Paraná, BR
Mari	54-60 anos	Servidora pública	Paraná, BR
Luiza	61-67 anos	Professora	Bahia, BR
Rita	68-74 anos	Aposentada	São Paulo, BR
Rosa	76 anos	Dona de casa	São Paulo, BR
Isabel	47-53 anos	Contadora	Montevideo, UY
Laura	47-53 anos	Dona de casa	Colonia, UY
Emilia	54-60 anos	Servidora pública	Canelones, UY
Susana	54-60 anos	Monitora escolar	Cerro Largo, UY
Claudia	54-60 anos	Agrônoma	Montevideo, UY
Juana	61-67 anos	Contadora	Montevideo, UY
Francisca	61-67 anos	Aposentada	Montevideo, UY

FONTE: Desenvolvido pela autora.

Adicionalmente, também entrevistamos a administradora do principal grupo<sup>111</sup> responsável por legendar e distribuir ficção televisiva turca entre os telespectadores brasileiros. No entanto, essa entrevista tinha um propósito muito mais exploratório: nossa intenção não era discutir as percepções das narrativas turcas, e sim entender o complexo processo para disponibilizar o conteúdo nas redes sociais.<sup>112</sup> As demais entrevistas foram

<sup>111</sup> A administradora preferiu que o grupo não fosse identificado, pois teme que ele seja removido por infração de direitos autorais como já aconteceu anteriormente.

<sup>112</sup> Estamos desenvolvendo um outro trabalho focado na distribuição online da ficção televisiva turca no Brasil com os dados encontrados ao longo da pesquisa.

elaboradas a partir de um roteiro que visava abordar temáticas como a relação com a ficção televisiva e a cultura turca (QUADRO 3).

QUADRO 3 – TEMÁTICAS ABORDADAS NAS ENTREVISTAS

<b>Temática</b>	<b>Possíveis perguntas</b>
Relação	Como conheceu a ficção televisiva turca? Como a ficção televisiva turca faz parte da vida cotidiana? Quais atividades relacionadas à ficção televisiva turca mantém?
Consumo	Como descobriu as plataformas para assistir à ficção televisiva turca na internet? Como se adaptou a essas tecnologias? Quais outras implicações desse tipo de consumo?
Preferências	Quais são os gêneros preferidos? Quais são os critérios para escolher qual título assistir? Quais elementos aprova e desaprova? Como se conecta com a ficção televisiva turca? Como percebe a ficção televisiva de outras origens?
Cultura turca	O que interessa na cultura turca? Quais as semelhanças e diferenças identifica entre a cultura turca e a cultura brasileira/uruguaia? Quais conflitos de valores emergem por conta da diferença cultural?

FONTE: Desenvolvido pela autora.

Os telespectadores receberam um termo de consentimento livre e esclarecido que os informava sobre a pesquisa. Caso concordassem, assinariam o documento<sup>113</sup> para que pudessemos prosseguir. Devido ao contexto da pandemia de Covid-19, todas as entrevistas foram conduzidas por chamadas de vídeo via WhatsApp e Telegram que duraram de trinta minutos a uma hora. Na sequência, transcrevemos o material e o organizamos em conjunto com os dados do questionário.<sup>114</sup> Para realizar a análise, articulamos o quarto mapa das mediações de Martín-Barbero (2018) com o modelo interpretativo proposto por Jensen (1998).

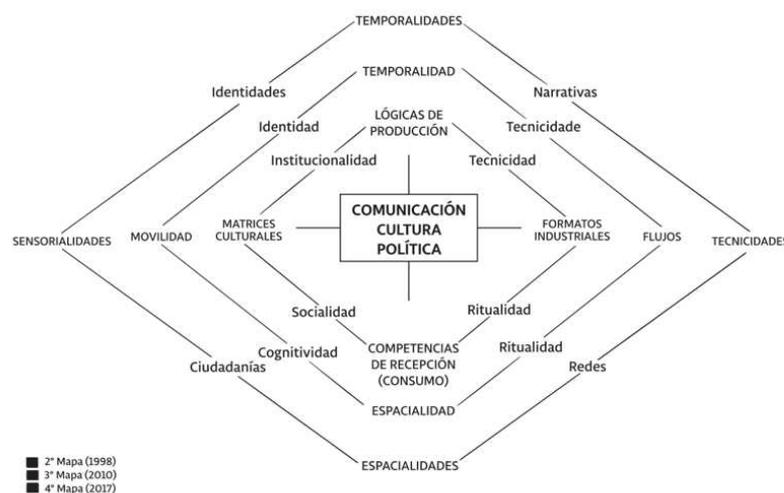
<sup>113</sup> Para coletar as assinaturas digitalmente, utilizamos o DocuSign (<https://www.docusign.com.br/>).

<sup>114</sup> O ATLAS.ti, software para análise de dados qualitativos, nos auxiliou na organização e posterior análise do material.

#### 5.2.4. ANÁLISE DO MATERIAL COLETADO

As mediações são “uma noção movente, que acompanha permanentemente as mutações da sociedade especificamente no que diz respeito ao papel da comunicação” (LOPES, 2014, p. 70). Por conta disso, Martín-Barbero vem reformulando o mapa das mediações desde a primeira publicação de *Dos medios às mediações* em 1987 (FIGURA 2).

FIGURA 2 – FUSÃO DOS TRÊS ÚLTIMOS MAPAS DAS MEDIAÇÕES



Fonte: Silva e Baseio (2019).

No primeiro mapa, Martín-Barbero propõe três hipóteses de lugares de mediações, com foco na televisão como objeto: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. No segundo mapa, introduzido na década de 1990, ele adicionou mais complexidade, transformando os lugares de mediação propostos em 1987 nas dimensões de sociabilidade, ritualidade e tecnicidade e adicionando a dimensão da institucionalidade. Essas dimensões são articuladas por mediações ordenadas em dois eixos: um diacrônico, ou histórico de longa duração, situado entre matrizes culturais e formatos industriais, e outro sincrônico, localizado entre lógicas de produção e competências de recepção ou consumo (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Em 2010, Martín-Barbero reformulou o mapa das mediações mais uma vez. A proposta ligou os mapas anteriores ao estudo das mutações culturais contemporâneas, representadas pelos eixos da temporalidade/formas de espaço e mobilidade/fluxos. Além disso, as mediações da institucionalidade e da sociabilidade foram substituídas pela

identidade e pela cognitividade. Assim, Martín-Barbero dá ainda mais reconhecimento à importância assumida pela tecnicidade, “não mais como instrumento, mas incrustada na estrutura mesma do conhecimento e da vida cotidiana” (LOPES, 2014, p. 74). Apesar da centralidade da tecnicidade não ser retratada graficamente, ela está presente na espacialidade, que envolve as reconfigurações dos modos de pertencer ao território e viver a identidade; nas migrações populacionais, experiências cada vez mais interligadas com as dos internautas; nos fluxos virtuais de comunicação, que perturbam autoridades e hierarquias; e na temporalidade, profundamente transformada pela revolução informacional (JACKS; SCHMITZ, 2018).

O quarto e mais recente mapa, introduzido em 2017,<sup>115</sup> dá ênfase aos deslocamentos dos saberes gerados pela tecnologia, acrescentando os eixos das tecnicidades e das sensorialidades, e as mediações das narrativas, das redes e das cidadanias (LOPES, 2018).

As sensorialidades partem da ideia de *sensorium*, usado para descrever a sensibilidade de uma época. Hoje, nosso *sensorium* é marcado pela instabilidade e pelo caos do indivíduo, da política, e da sociedade. Nesse contexto, são justamente as tecnicidades que produzem as novas sensorialidades: os dois eixos são juntos e interdependentes (RINCÓN, 2019).

As tecnicidades também dialogam com as novas mediações do mapa. A mediação das narrativas se refere aos rituais, que são experiências geradoras de narrativas. As narrativas, por sua vez, são produtoras de relatos que se inscrevem na memória coletiva. Atualmente, vivemos uma expansão dos rituais, que assumem a forma de atividades como ver séries, conversar nas redes e assistir a espetáculos. Portanto, há um crescimento das narrativas, justificando a importância de se analisar essa mediação. Já a mediação das redes está ligada com a maneira de se juntar na contemporaneidade. Se trata de uma reconfiguração do modo de pensar as relações: graças à convergência cultural e digital, as redes passam a conectar diversos atores em um novo espaço de intermediação. Também vinculada às transformações tecnológicas, a mediação das cidadanias remete às novas figuras de cidadania, que emergem principalmente por conta dos meios digitais, já que internet contribuiu para a constituição de espaços de interação cidadã (RINCÓN,

---

<sup>115</sup> O quarto mapa das mediações foi apresentado na abertura da conferência da International Association for Media and Communication Research (IAMCR) em 2017.

2019). Logo, novas e “velhas” mediações se articulam para construir um mapa que contempla as mutações comunicacionais e culturais do nosso tempo:

Trata-se de um novo mapa rizomático em que essas mediações se tornaram básicas e se des-pregam podendo ser relacionadas em formas de direções e densidades diferentes. Dependendo do problema de pesquisa, as mediações podem ser mobilizadas e articuladas com identidades, redes, cidadanias e narrativas. Estamos diante de uma série de pistas que seguramente atenderão aos objetos das pesquisas de comunicação contemporâneas (LOPES, 2018, p. 59).

Dentro dos estudos de Comunicação, os mapas das mediações podem ser apropriados pelo próprio pesquisador e utilizados estrategicamente dependendo do trabalho a ser desenvolvido. No caso da recepção da telenovela:

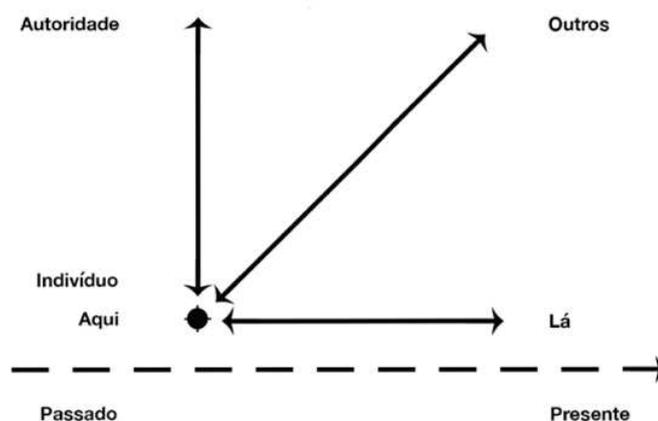
Desde a pesquisa sobre a recepção de telenovela (Lopes et al., 2002) que se tornou referência de trabalho empírico com base na metodologia das mediações, vem se demonstrando que os mapas barberianos devem ser usados estrategicamente nas pesquisas de comunicação. Sendo o objeto de estudo, por exemplo, um determinado produto comunicacional (telejornal, telenovela), a partir desse formato industrial, o pesquisador pode acionar elementos de sua linguagem televisiva em articulação com lógicas da produção explorando a tecnicidade. Também poderá articulá-lo às competências de recepção através das mediações da ritualidade ou da sensorialidade. Trata-se então de elaborar uma específica estratégia de uso dos mapas das mediações para uma específica pesquisa empírica (LOPES, 2018, p. 60-61).

Considerando nosso problema, ainda no princípio ficou claro que as mediações das narrativas e das identidades eram as que mais dialogavam com a pesquisa. A das narrativas porque olhamos para os elementos melodramáticos das narrativas da ficção televisiva turca, e a das identidades porque queremos entender como esses elementos são percebidos e apropriados por telespectadores situados em mercados linguístico-culturais distantes daquele em que essas narrativas foram originalmente produzidas. Também logo notamos que a mediação das redes e o eixo das tecnicidades se aproximavam do nosso problema. As tecnicidades reestruturam as mediações e, por meio da mediação das redes, os telespectadores se conectam e ampliam processos de interação, reconfigurando fronteiras geográficas e simbólicas, e modos de leitura, escritura e produção de conhecimento. Por isso, mobilizamos as mediações das narrativas e das identidades em articulação com a mediação das redes e o eixo das tecnicidades. Buscamos explorar esses aspectos nas etapas dos questionários, das entrevistas e, principalmente, da análise dos

dados coletados. Logo, desenvolveremos a discussão sobre essas mediações em conjunto com a análise.

Para organizar a análise, recorreremos ao modelo interpretativo proposto por Jensen (1998). A pesquisa do autor se concentrou na recepção de notícias internacionais na televisão e, para isso, ele entrevistou telespectadores nos Estados Unidos, Índia, México, Itália, Dinamarca, Israel e Bielorrússia. Na análise das entrevistas, foram identificados super-temas que faziam a mediação entre os telespectadores e as notícias, traduzindo uma realidade complexa e distante em termos simples, gerais e conectados com as experiências pessoais. Jensen estabeleceu os super-temas como categorias de análise e o modelo foi batizado de “the world in the head” – ou “o mundo na cabeça”. Nele, a apropriação dos telespectadores pela mediação dos super-temas pode ser observada a partir de quatro dimensões relacionadas entre si: espaço, tempo, poder e identidade (FIGURA 3).

FIGURA 3 – MODELO INTERPRETATIVO “THE WORLD IN THE HEAD”



FONTE: Jensen (1998, tradução nossa).

Em nossa análise, combinamos as propostas de Jensen (1998) e Martín-Barbero (2013). Começamos com a identificação dos super-temas que fazem a mediação entre os telespectadores brasileiros e uruguaios e as narrativas da ficção televisiva turca. Os super-temas foram então desconstruídos para encontrar as dimensões que constituem o discurso dos telespectadores. Esse exercício facilitou nosso caminho às mediações das identidades e das narrativas no mapa das mediações, já que as identidades, construídas ao longo do tempo em relação ao espaço e ao poder, participam do processo de como o telespectador se apropria das narrativas. Embora não seja nosso foco, observamos também a mediação das redes e o eixo das tecnicidades devido à importância desses aspectos no processo de apropriação das narrativas da ficção televisiva turca. No capítulo seguinte,

apresentaremos os dados obtidos com o questionário e detalharemos como se dá essa articulação.

## 6. PERFIL DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS

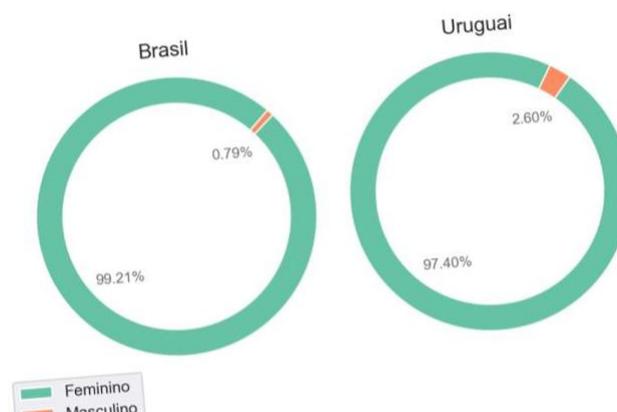
Apesar de compartilharem a estrutura melodramática, a ficção televisiva turca e as telenovelas brasileiras são diferentes, e, portanto, o público não é necessariamente o mesmo. Para nos ajudar a compreender o processo de recepção das narrativas turcas, buscamos identificar quem são os telespectadores brasileiros e uruguaiois. Neste capítulo, com base nos dados obtidos por meio do questionário online, apresentaremos um breve perfil dos telespectadores dos dois países, abrangendo suas características gerais, hábitos de consumo midiático, e relação com a ficção televisiva turca.

### 6.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS

Por décadas, a associação entre mulheres e telenovelas não foi questionada. As narrativas das telenovelas são fundamentadas no excesso de emoções característico do melodrama clássico, e, como culturalmente os sentimentos são considerados parte da esfera feminina, essas produções são, portanto, destinadas às mulheres. Essa relação geralmente implica na reprodução de estereótipos e padrões baseados em valores patriarcais (ALMEIDA, 2002).

Recentemente, esse cenário está se modificando no caso das telenovelas da Globo, que adotam estratégias de merchandising social e têm atraído um público masculino. Os homens já são mais de 30% da audiência das telenovelas brasileiras, chegando a constituir 38,5% da audiência da novela das oito (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017). No entanto, a ficção televisiva turca é um produto que cativa quase unanimemente o público feminino, tanto entre brasileiros quanto uruguaiois (FIGURA 4).

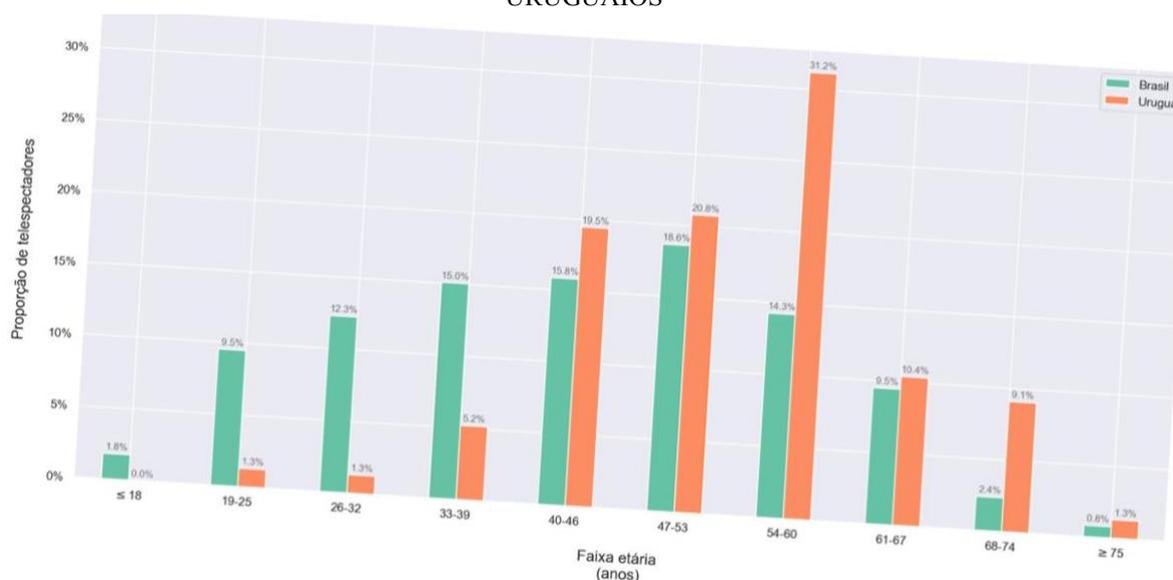
FIGURA 4 – GÊNERO DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

Além de feminino, o público da ficção televisiva turca é maduro. Mais de 70% dos telespectadores uruguaios estão entre os 40 e 60 anos de idade, e em torno de 20% estão entre os 61 e 74 anos. O público brasileiro está melhor distribuído entre as faixas etárias, mas, mesmo assim, concentra quase 50% dos telespectadores entre os 40 e 60 anos de idade. Em ambos os países, chama a atenção o número reduzido de telespectadores com 18 anos de idade ou menos (FIGURA 5).

FIGURA 5 – DISTRIBUIÇÃO DE FAIXAS ETÁRIAS DE TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

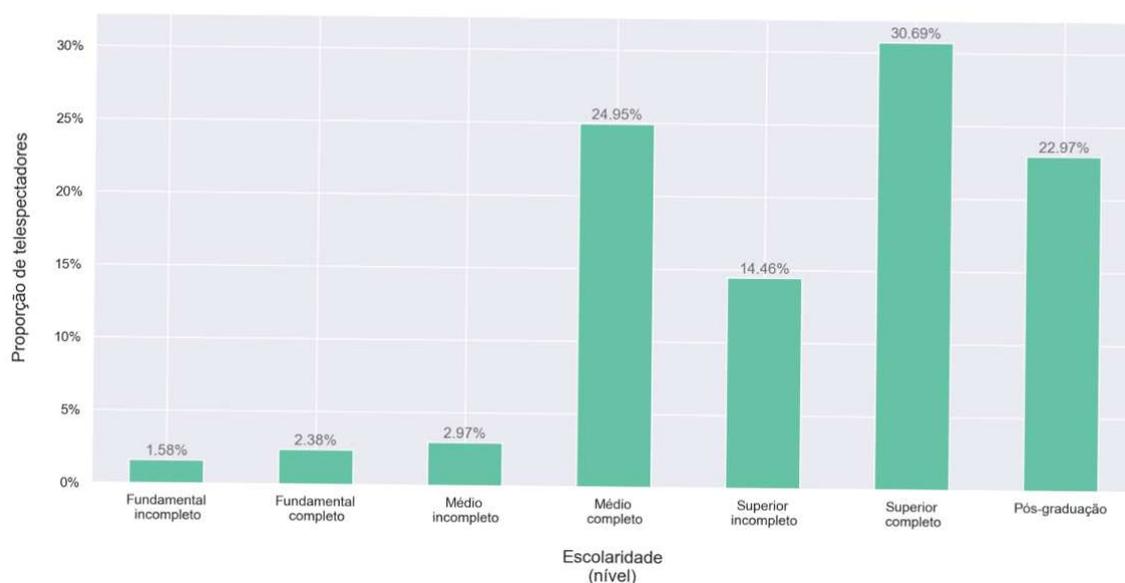
Já o nível de escolaridade dos telespectadores é elevado tanto no Brasil quanto no Uruguai: mais de 93% do público brasileiro tem ao menos ensino médio completo (FIGURA 6), enquanto quase 80% do público uruguaio conta com no mínimo a educação média superior<sup>116</sup> (FIGURA 7). De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2019,<sup>117</sup> ao considerar a população geral do Brasil acima dos 25 anos de idade, 51,2% dos brasileiros não completaram o ensino médio, e só 16,5% contam com diploma de graduação. No Uruguai, segundo informações divulgadas pelo Ministerio

<sup>116</sup> Segundo o Ministerio de Educación y Cultura (MEC), o sistema educacional no Uruguai está dividido em cinco etapas: Educação Inicial, para crianças de 3 a 5 anos de idade; Educação Primária, voltada às crianças a partir dos 6 anos de idade e estruturada em 6 séries; Educação Média, dividida em Educação Média Básica e Educação Média Superior, cada ciclo com a duração de 3 anos; e Educação Terciária, de caráter não-obrigatório, que pode ser completada por meio da Educação Terciária Não-Universitária, Formação em Educação, ou Educação Terciária Universitária (<http://www.ine.gub.uy/educacion>).

<sup>117</sup> Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/28285-pnad-educacao-2019-mais-da-metade-das-pessoas-de-25-anos-ou-mais-nao-completaram-o-ensino-medio>>. Acesso em: 25 out. 2020.

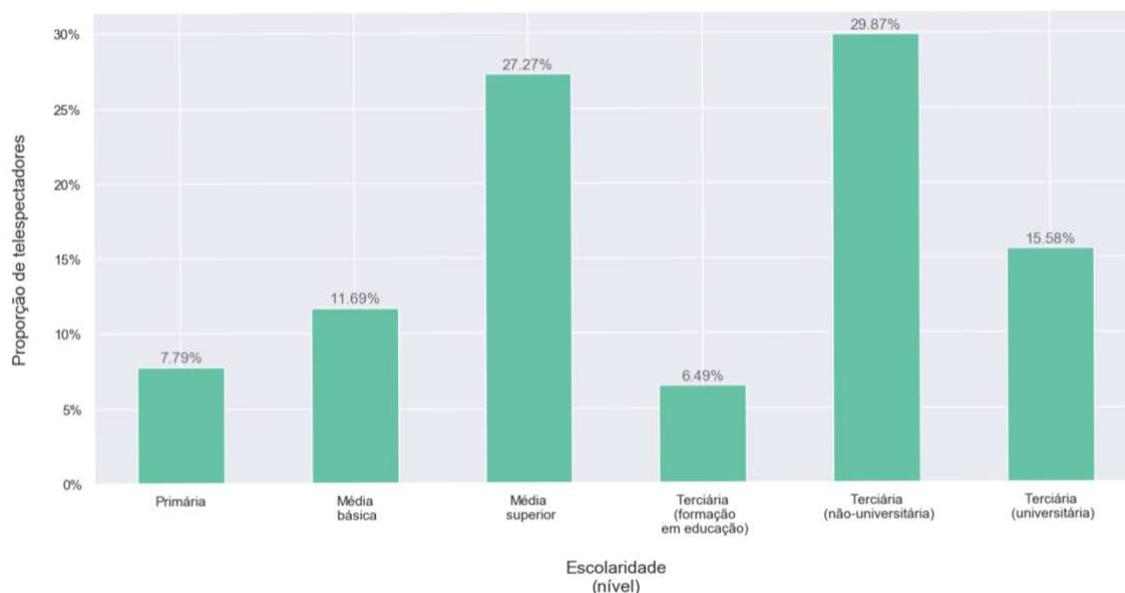
de Educación y Cultura no relatório Logro y Nivel Educativo Alcanzado Por la Población 2018,<sup>118</sup> 70,2% da população geral acima dos 25 anos não chegou a completar a educação média superior, e apenas 13,1% concluiu a educação terciária.

FIGURA 6 – ESCOLARIDADE DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

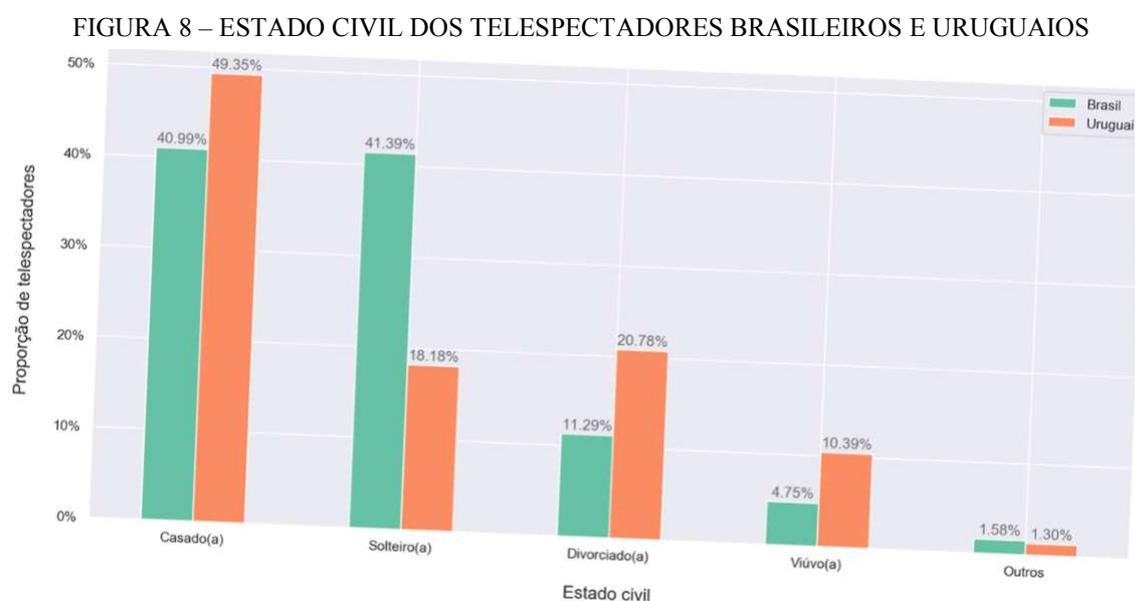
FIGURA 7 – ESCOLARIDADE DOS TELESPECTADORES URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

<sup>118</sup> Disponível em: <<https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/sites/ministerio-educacion-cultura/files/2019-12/logro-y-nivel-educativo-alcanzado-por-la-poblacion-2017.pdf>>. Acesso em: 25 out. 2020.

Quanto ao estado civil, “solteiro(a)” foi o mais mencionado pelo público brasileiro, mas “casado(a)” veio apenas alguns décimos atrás. Entre o público uruguaio, “casado(a)” foi o estado civil mais frequente, com uma porcentagem bastante superior em relação a “solteiro(a)” (FIGURA 8). Na sequência, ao serem perguntados se tinham filhos ou não, 61,1% dos brasileiros e 80,5% dos uruguaios responderam afirmativamente. Tanto no Brasil quanto no Uruguai, mais de 98% dos telespectadores indicaram ser heterossexuais. Esse perfil corresponde ao que é retratado na ficção televisiva turca: na maioria das narrativas, as famílias tendem a seguir uma estrutura tradicional composta por pai, mãe e filhos (ÇETIN, 2014). Orientações sexuais divergentes da norma heterossexual não são representadas, e essa situação parece difícil de ser contornada por conta de restrições por parte das autoridades governamentais. Um episódio ocorrido em julho de 2020 ilustra a dimensão dessa censura: a Netflix iria iniciar as gravações da série turca *If Only*, mas, devido a presença de um personagem gay no roteiro, o governo não concedeu a licença para os produtores darem continuidade ao projeto. Ao invés de retirar o personagem, a Netflix optou por cancelar *If Only*.<sup>119</sup>

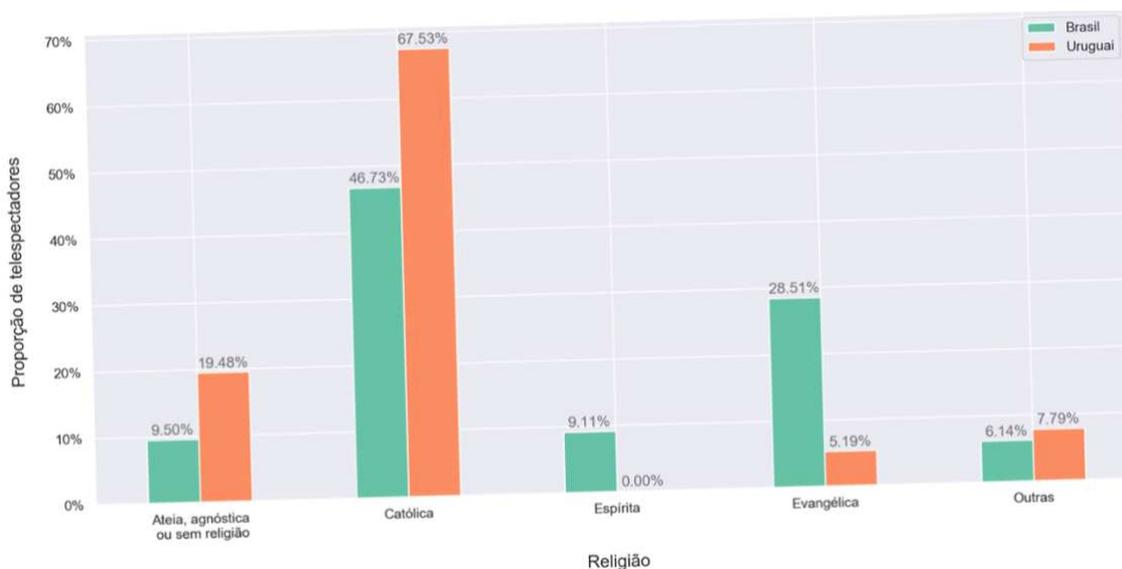


FONTE: Desenvolvido pela autora.

<sup>119</sup> Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/netflix-cancela-serie-apos-governo-da-turquia-barrar-personagem-gay>>. Acesso em: 21 out. 2020.

O catolicismo é a religião mais seguida pelos telespectadores tanto no Brasil quanto no Uruguai: 46,7% dos telespectadores brasileiros e 67,5% dos telespectadores uruguaios indicaram ser católicos. Evangélicos formam 28,5% do público brasileiro e 5,1% do uruguaio (FIGURA 9). Esses números diferem significativamente da estatística geral da população uruguaia, já que, segundo o Monitor de Opinión Pública 2019,<sup>120</sup> se estima que 38% do total de habitantes do país seja católico, 10% cristão de outras vertentes, e 21% ateu ou agnóstico. No Brasil, a amostra dos telespectadores da ficção televisiva turca reflete os números da população geral do país. Segundo dados da pesquisa conduzida pelo Datafolha em 2019,<sup>121</sup> a população brasileira é composta por 50% de católicos, 31% de evangélicos, e 11% de ateus ou sem religião. Enquanto isso, 99,8% da população turca é muçulmana.<sup>122</sup>

FIGURA 9 – RELIGIÃO DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

A partir desses dados, é possível identificar um perfil geral dos telespectadores brasileiros e uruguaios de ficção televisiva turca: a maioria é mulher, acima dos 40 anos, com nível de escolaridade elevado, heterossexual, e católica ou evangélica. Gênero e idade parecem estar intimamente ligados com a preferência pelas narrativas turcas, já que

<sup>120</sup> Disponível em: <<https://www.opcion.com.uy/opinion-publica/los-uruguayos-y-la-religion/>>. Acesso em: 25 out. 2020.

<sup>121</sup> Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/cara-tipica-do-evangelico-brasileiro-e-feminina-e-negra-aponta-datafolha.shtml>>. Acesso em: 25 out. 2020.

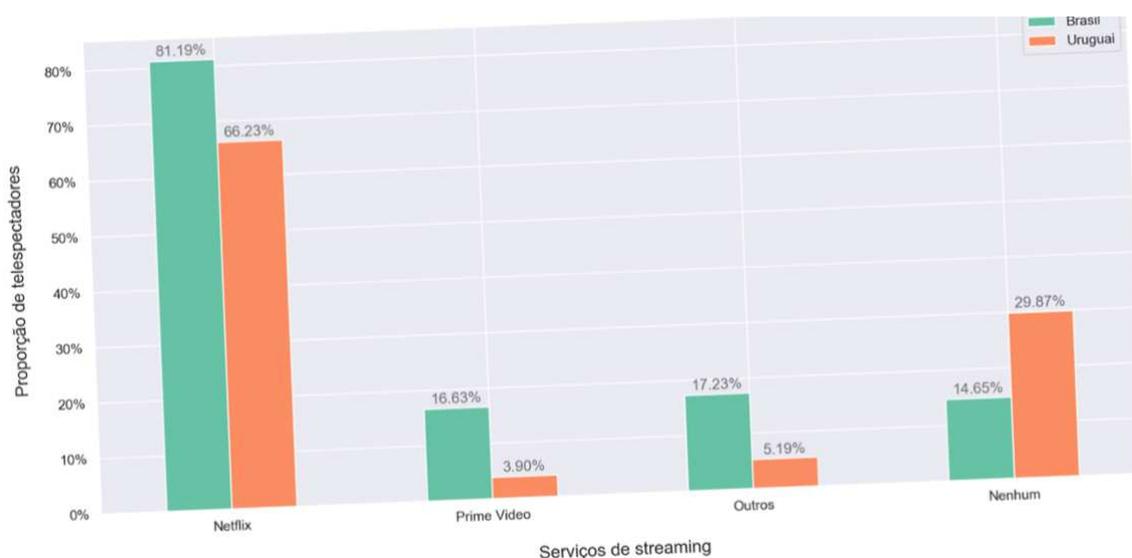
<sup>122</sup> Disponível em: <<https://worldpopulationreview.com/countries/turkey-population>>. Acesso em: 25 out. 2020.

se tratam de mulheres que cresceram assistindo a telenovelas que seguiam a matriz melodramática clássica que hoje é recuperada pelos turcos. Por meio da análise dos dados sobre o consumo midiático e a relação com a ficção televisiva turca, buscaremos nos aprofundar nos demais aspectos do perfil das telespectadoras.

## 6.2. CONSUMO MUDIÁTICO

Nos dois países, a plataforma de streaming mais utilizada entre o público da ficção televisiva turca é a Netflix: 81,1% dos brasileiros e 66,2% dos uruguaios indicaram ser usuários. No Brasil, 16,6% dos telespectadores responderam utilizar o Prime Video, serviço de streaming da Amazon, e 10,5% afirmaram assinar o Globo Play, plataforma digital do Grupo Globo. Em menor quantidade, foram citados outros serviços como o Play Plus, com conteúdos da RecordTV, o Telecine Play, plataforma exclusiva de filmes pertencente à Globosat, o Viki, voltado a programas de TV e filmes asiáticos, e o YouTube. Cerca de 15% dos brasileiros disseram não utilizar serviços de streaming. Já no Uruguai, somente 3,9% dos telespectadores se identificaram como usuários do Prime Video, enquanto quase 30% negaram usar qualquer plataforma de streaming (FIGURA 10).

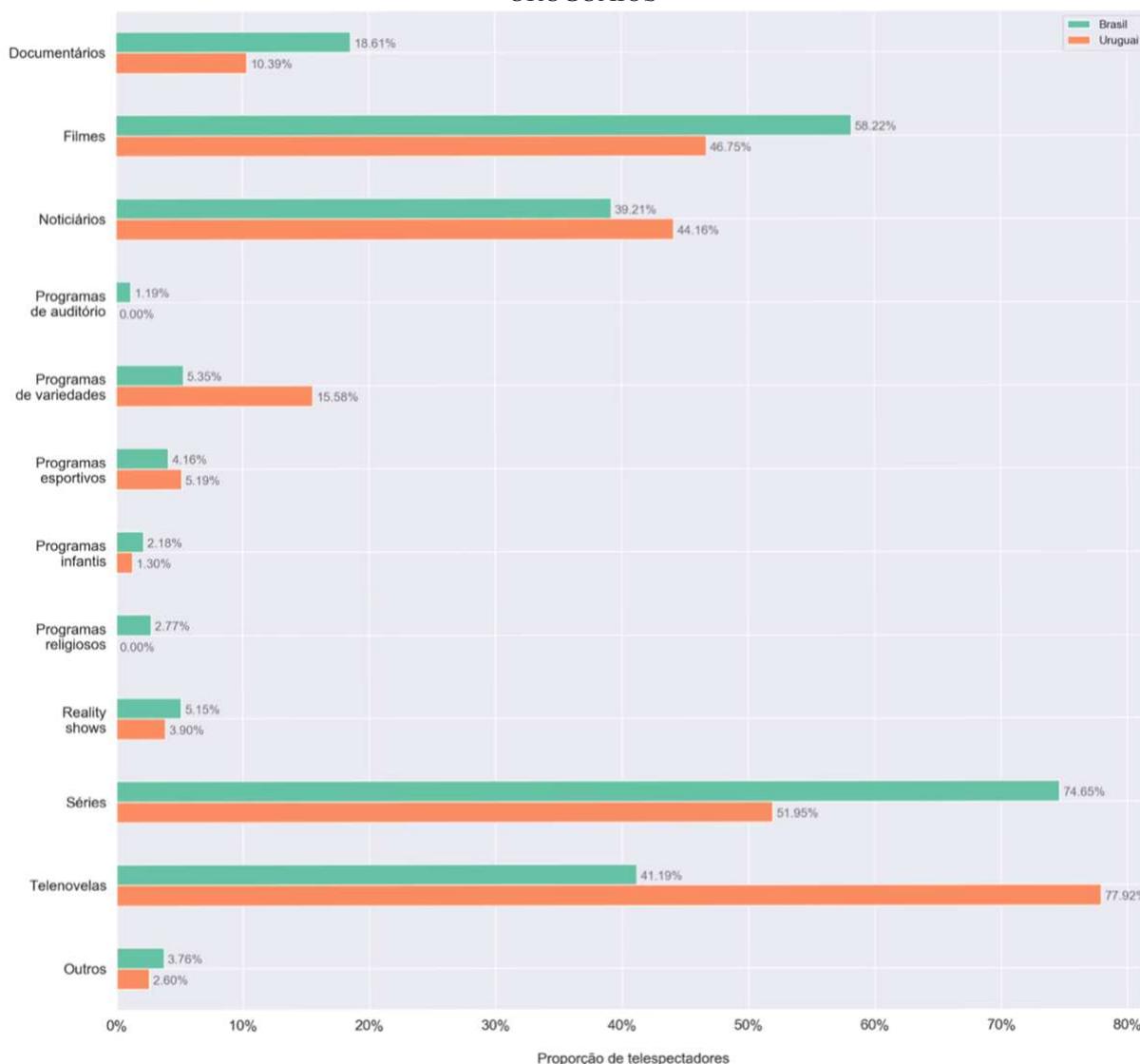
FIGURA 10 – SERVIÇOS DE STREAMING UTILIZADOS POR TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

Na pergunta “Quais tipos de programas você prefere?”, que permitia até três respostas diferentes, as séries foram eleitas o tipo de programa favorito do público brasileiro, enquanto as telenovelas foram consideradas o tipo de programa mais querido pelo público uruguaio. Essa diferença pode ser atribuída ao fato de que, por a ficção televisiva turca não estar mais presente na televisão aberta brasileira, grande parte dos telespectadores passou a consumir as produções turcas digitalmente, onde elas seguem o formato original de episódios com cerca de duas horas de duração e exibição semanal, e, portanto, são classificadas como séries. No Uruguai, as produções turcas exibidas na televisão são editadas para se aproximarem do formato da telenovela latino-americana, e seguem sendo categorizadas como telenovelas (FIGURA 11).

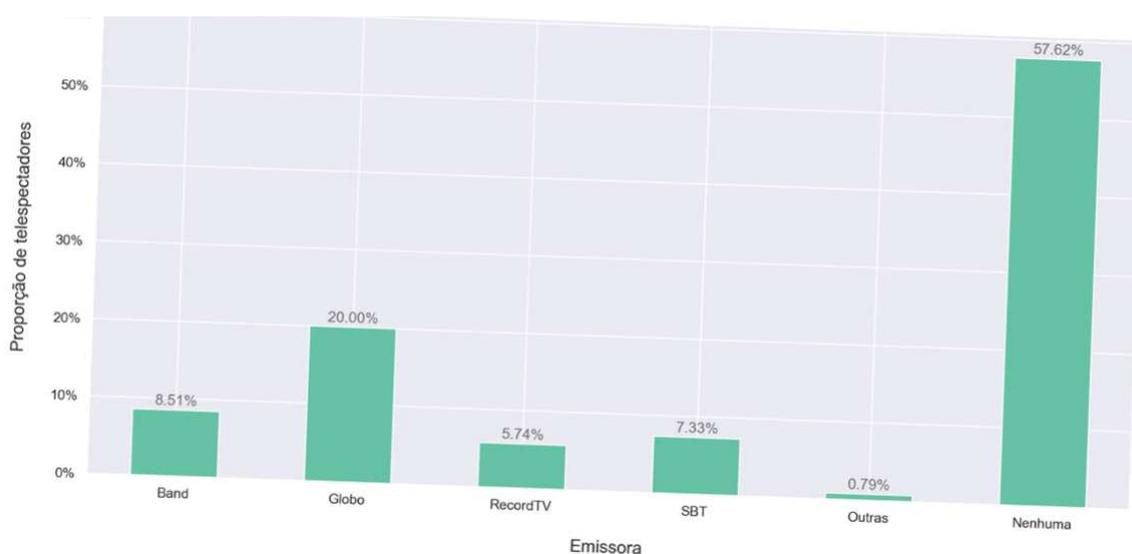
FIGURA 11 – TIPOS DE PROGRAMAS ASSISTIDOS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS



Fonte: Desenvolvido pela autora.

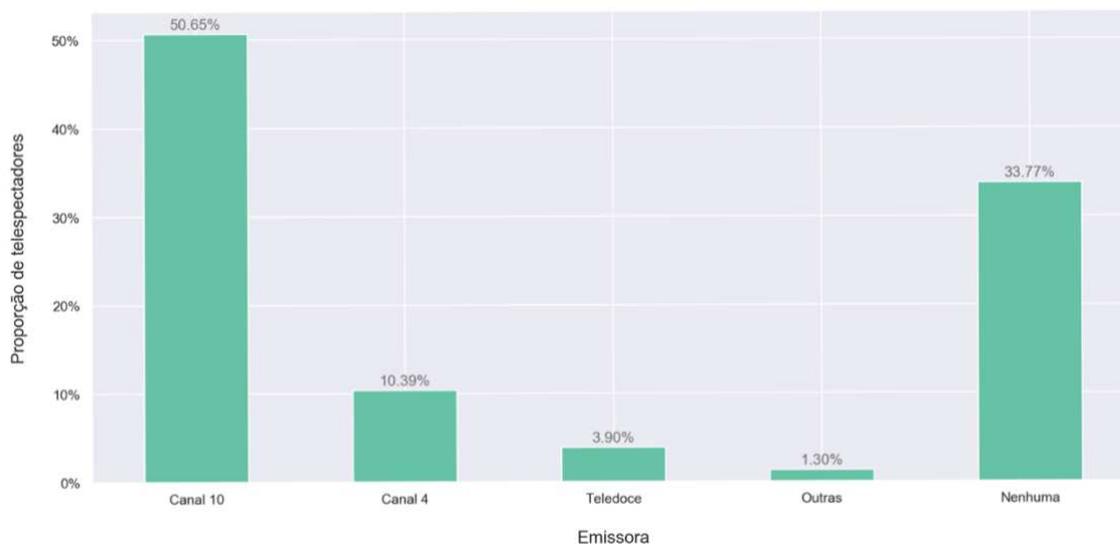
Ao serem perguntados as telenovelas de qual emissora de TV aberta preferem, 57,6% do público brasileiro das telenovelas turcas respondeu “nenhuma”. Apenas 20% indicou preferir as telenovelas da Rede Globo, e, na sequência, vieram as telenovelas da Band e do SBT. A RecordTV ficou na última colocação, sugerindo que as telenovelas bíblicas, apesar do conteúdo conservador, não são prestigiadas pelos telespectadores brasileiros (FIGURA 12). Já no Uruguai, 50,6% do público prefere as telenovelas da SAETA Canal 10, emissora responsável por levar as telenovelas turcas ao país e exibir os títulos com maiores índices de audiência. 33,7% dos telespectadores responderam não preferir nenhuma emissora, enquanto 10,3% assinalaram preferir as telenovelas do Monte Carlo Canal 4, que também leva ao ar produções turcas. A Teledoce, que inclui telenovelas brasileiras na sua programação, foi a menos citada entre as emissoras da TV aberta uruguaia (FIGURA 13).

FIGURA 12 – EMISSORAS DE TELEVISÃO QUE EXIBEM AS TELENÓVELAS PREFERIDAS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

FIGURA 13 – EMISSORAS QUE EXIBEM AS TELENÓVELAS PREFERIDAS PELOS TELESPECTADORES URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

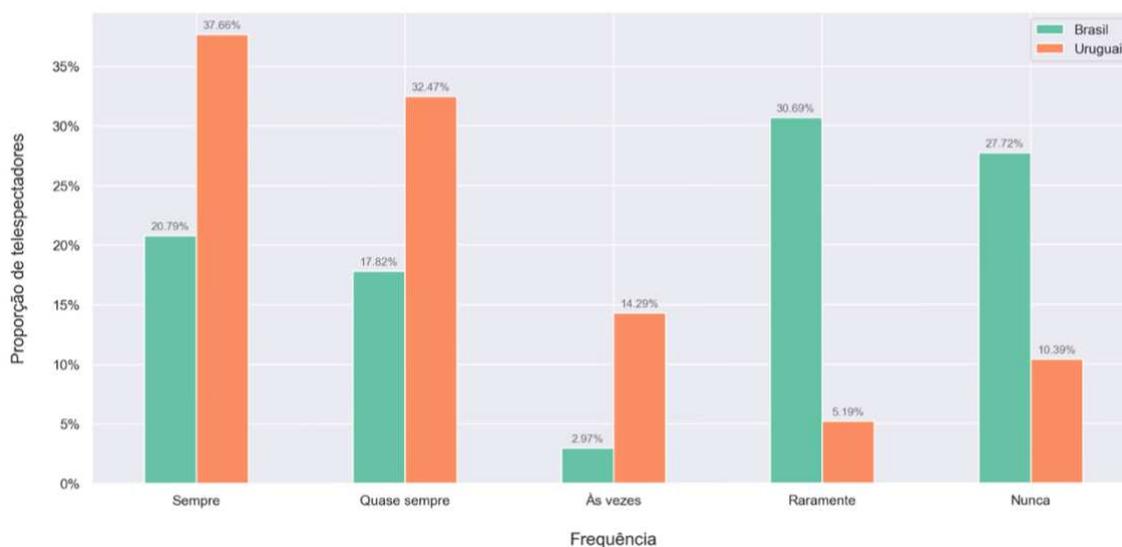
Enquanto 70% dos telespectadores uruguaios das telenovelas turcas afirmaram sempre ou quase sempre assistir a telenovelas na televisão, quase 60% dos telespectadores brasileiros raramente ou nunca assistem (FIGURA 14). Por outro lado, quase 90% dos brasileiros disseram sempre ou quase sempre assistir a telenovelas<sup>123</sup> por meios digitais – um possível reflexo da ausência de opções turcas nas emissoras de TV aberta do país. No Uruguai, o número de telespectadores que assistem a telenovelas por outros meios que não a televisão é um pouco inferior, mas ainda assim significativo, com mais de 50% de telespectadores que sempre ou quase sempre recorrem aos meios digitais (FIGURA 15). O hábito de assistir à ficção televisiva online normalmente é associado às gerações mais jovens (MATRIX, 2014), mas, nesse caso, fica claro que a prática já não está mais restrita a esses públicos.

Embora ligados às tendências digitais, os telespectadores brasileiros e uruguaios são tradicionais no que se refere às temáticas das telenovelas. Nos dois países, “amor e romance” e “relações familiares” são as temáticas preferidas (FIGURA 16). As duas temáticas, que normalmente fazem parte do enredo das narrativas turcas, se relacionam com a estrutura melodramática por conta da ênfase que o gênero dá ao amor romântico, ao amor filial e aos valores patriarcais (OROZ, 1999). “Superação” é a terceira temática

<sup>123</sup> Aqui, o termo “telenovelas” engloba tanto as produções latino-americanas quanto as turcas.

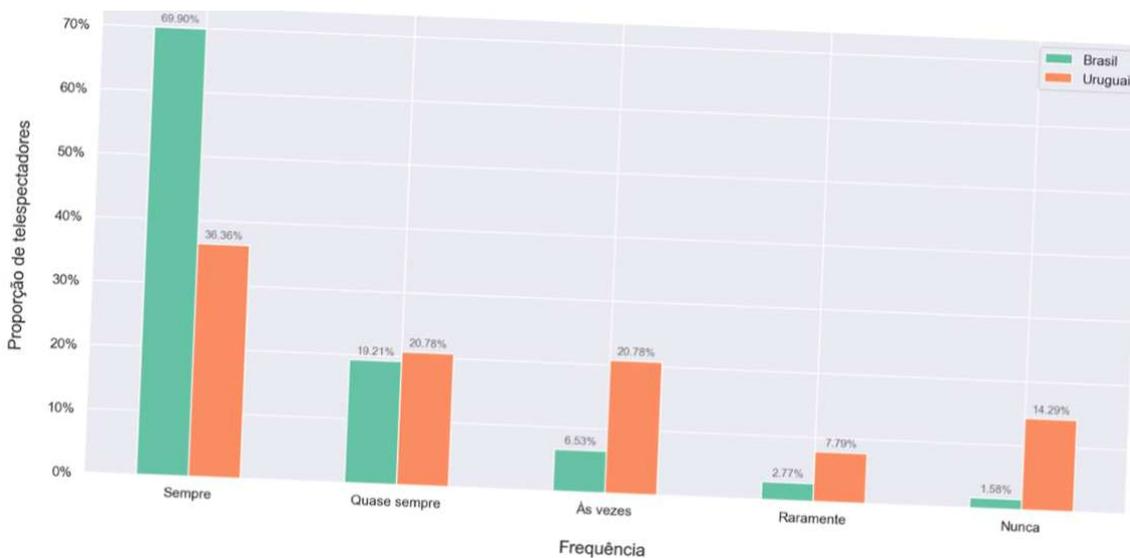
preferida pelo público brasileiro, e “justiça” é a preferida pelo público uruguaio. Novamente, as duas temáticas estão associadas à matriz melodramática clássica, que busca provar a existência de um universo moral onde os bons são recompensados e os maus são punidos (THOMASSEAU, 2005).

FIGURA 14 – FREQUÊNCIA COM QUE OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS ASSISTEM A TELENOVELAS PELA TELEVISÃO



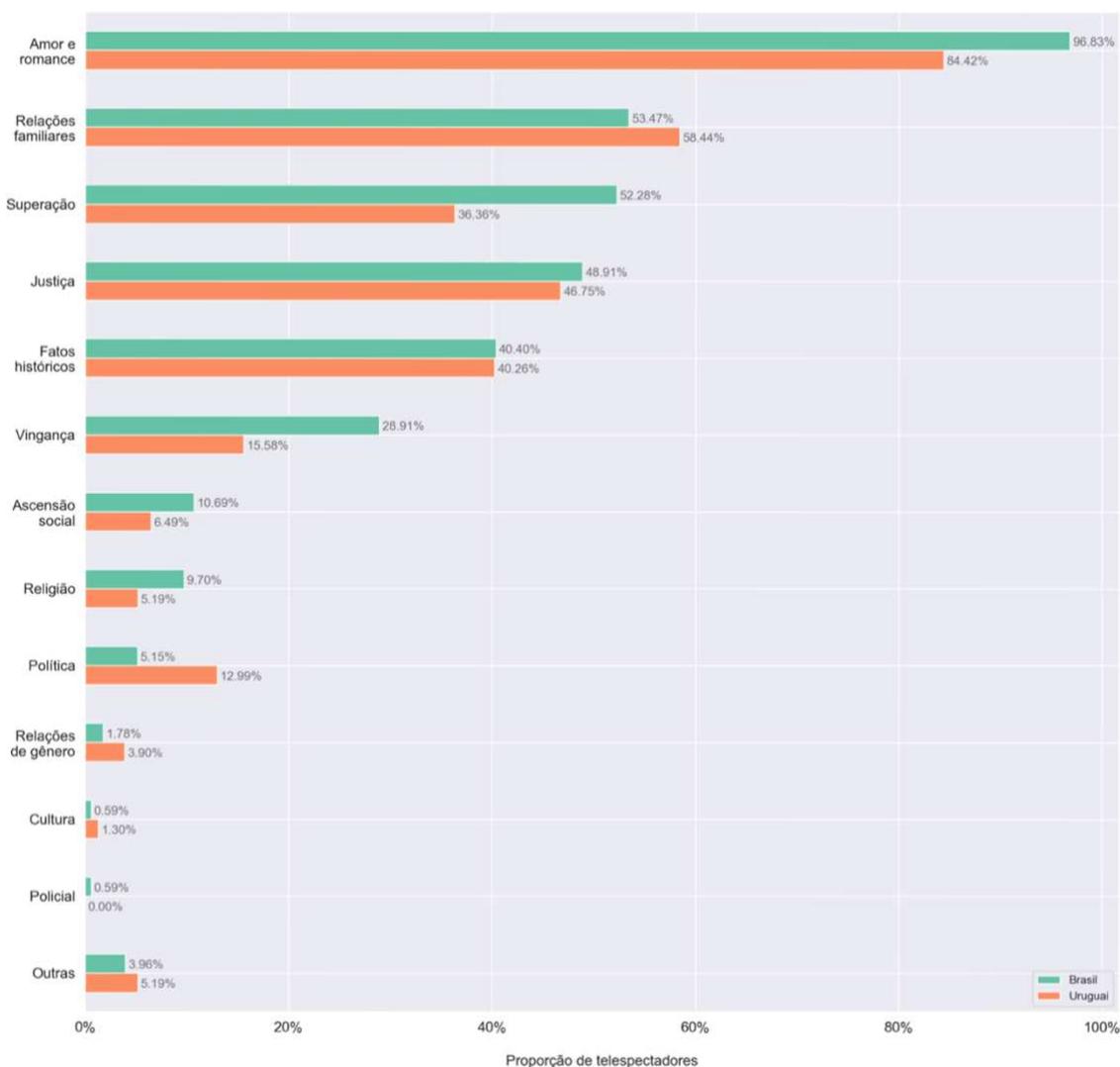
FONTE: Desenvolvido pela autora.

FIGURA 15 – FREQUÊNCIA COM QUE OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS ASSISTEM A TELENOVELAS POR OUTROS MEIOS QUE NÃO A TELEVISÃO



FONTE: Desenvolvido pela autora.

FIGURA 16 – TEMÁTICAS QUE MAIS INTERESSAM OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS NAS TELENOVELAS



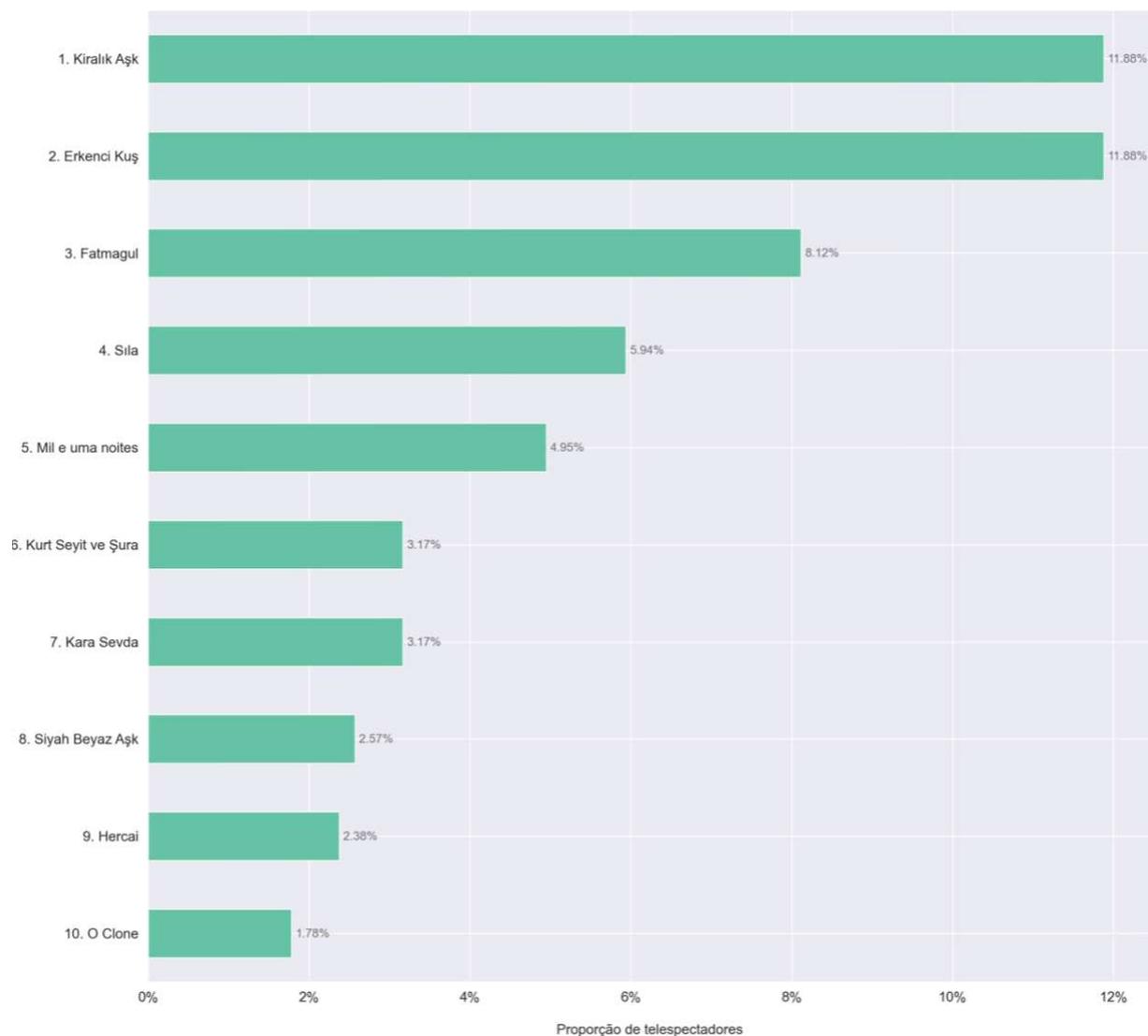
FONTE: Desenvolvido pela autora.

Por fim, os telespectadores de cada país puderam indicar as telenovelas que mais marcaram suas vidas. No Brasil, foram citados 98 títulos diferentes,<sup>124</sup> e, entre os 10 mais mencionados, nove são turcos (FIGURA 17). A única produção brasileira na lista é a telenovela *O Clone* (2001), que era ambientada no Marrocos e trazia aspectos da religião muçulmana ao longo da narrativa, sugerindo a existência de um certo fascínio pela diferença (HALL, 2019). No Uruguai, foram mencionados 35 títulos diferentes, sendo a

<sup>124</sup> Tanto no questionário brasileiro quanto uruguaio, alguns telespectadores citaram mais de um título em suas respostas. Nesse caso, consideramos todos os títulos citados nas respostas. Outros telespectadores responderam simplesmente “várias” ou “nenhuma”. Essas respostas não foram consideradas no momento de desenvolver os gráficos.

maioria de origem turca, mas, novamente, a telenovela brasileira *O Clone* figura no ranking das 5 mais citadas (FIGURA 18).<sup>125</sup>

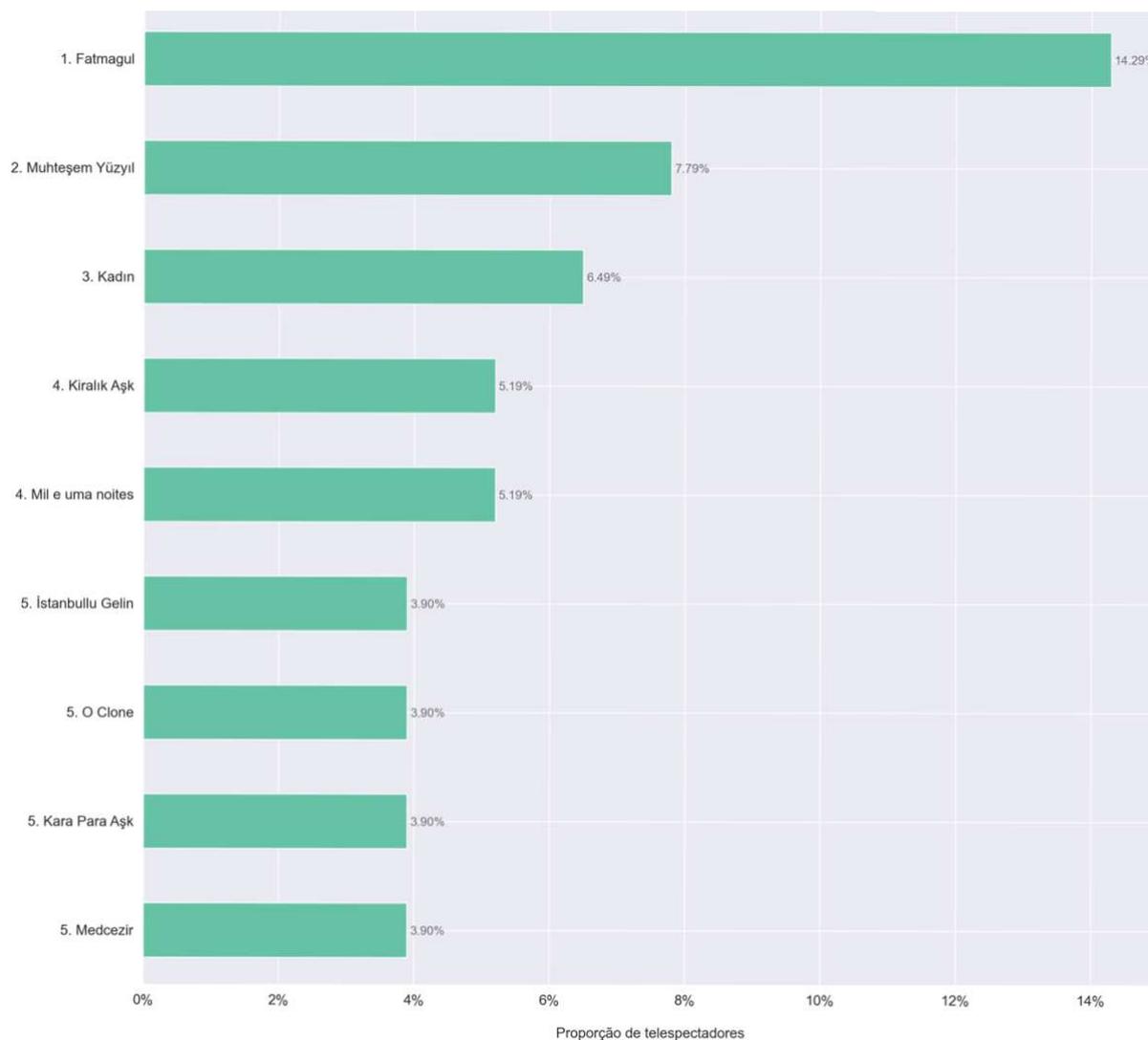
FIGURA 17 – TELENÓVELAS QUE MAIS MARCARAM OS TELESPECTADORES BRASILEIROS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

<sup>125</sup> O gráfico uruguaio considera apenas as 5 mais citadas porque houve empate de 9 títulos na sexta colocação. Esses títulos foram citados por apenas duas pessoas cada. Os demais títulos na lista foram citados por apenas uma pessoa cada.

FIGURA 18 – TELENÓVELAS QUE MAIS MARCARAM OS TELESPECTADORES URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

Os dados sobre o consumo midiático reforçam o interesse dos telespectadores brasileiros e uruguaios pelas narrativas melodramáticas. Ao mesmo tempo, os dados também apontam para o crescimento do uso das plataformas digitais para assistir ficção televisiva. Isso pode estar relacionado com o nível de escolaridade elevado dos telespectadores dos dois países, já que, para fazer uso dos recursos tecnológicos, é necessário um certo letramento digital. A seguir, exploraremos a relação com a ficção televisiva turca em específico para entender melhor o perfil dos telespectadores.

### 6.3. RELAÇÃO COM A FICÇÃO TELEVISIVA TURCA

Apesar da Band ter exibido telenovelas turcas durante cinco anos, 46,9% dos telespectadores brasileiros conheceram a ficção televisiva turca nas redes sociais, contra apenas 39% que tiveram o primeiro contato por meio da televisão. Já no Uruguai, quase 80% dos telespectadores conheceram as telenovelas turcas na televisão, enquanto menos de 20% foram apresentados às produções turcas graças às redes sociais (FIGURA 19). Essa diferença na maneira como brasileiros e uruguaios conheceram a ficção televisiva turca parece estar relacionada com a forma de consumo dessas narrativas em cada país.

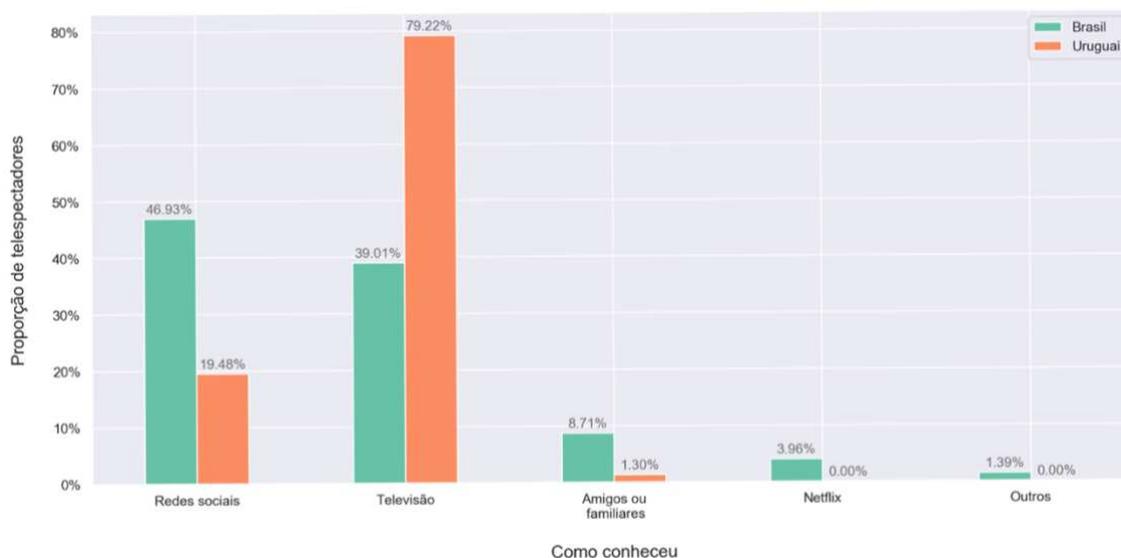
No Brasil, o consumo de ficção televisiva turca pela televisão é mínimo: apenas 13% dos telespectadores disseram utilizar o meio para acompanhar as produções de origem turca. Por outro lado, a maior parte dos telespectadores brasileiros indicou utilizar meios digitais como YouTube, Telegram<sup>126</sup> e Facebook, onde episódios legendados em português são disponibilizados por grupos de fãs apenas alguns dias após a exibição original na Turquia.<sup>127</sup> A Netflix, apesar de ser utilizada por mais de 80% do público brasileiro, não é uma alternativa popular, provavelmente por conta do catálogo de títulos turcos reduzido e do atraso em relação às estreias oficiais na televisão da Turquia. No Uruguai, mais de 60% dos telespectadores afirmaram assistir às telenovelas turcas na televisão, e 58,4% disseram utilizar o YouTube para acompanhá-las. O Facebook é usado por 34% dos telespectadores uruguaios, enquanto a utilização do Telegram e da Netflix é mínima, contrastando com o fato de que 66,2% indicaram no questionário serem usuários do serviço de streaming (FIGURA 20).

---

<sup>126</sup> No intervalo entre a aplicação dos questionários e o desenvolvimento desse trabalho, o YouTube e o Facebook passaram a remover episódios publicados por telespectadores brasileiros por infração de direitos autorais. Portanto, é provável que o uso do Telegram tenha crescido nesse período.

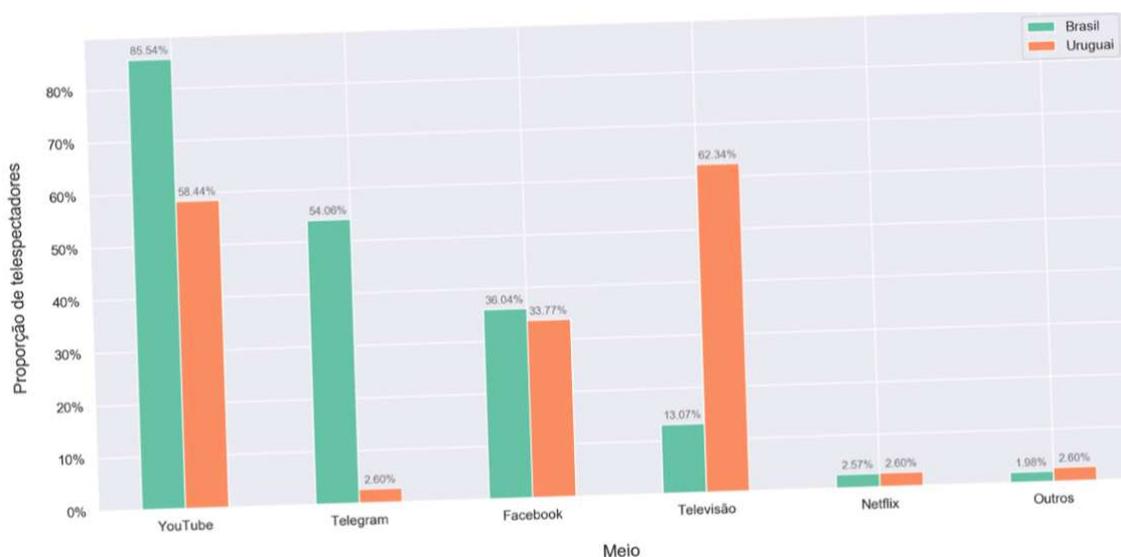
<sup>127</sup> Em entrevista com a administradora de um desses grupos, ela explicou que, dependendo da popularidade da série, esse processo pode levar menos de um dia. *Sen Çal Kapımı* e *Emanet* são exemplos de séries populares cujos episódios com legendas em português são disponibilizados em apenas algumas horas após a exibição na Turquia.

FIGURA 19 – COMO OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS CONHECERAM AS TELENÓVELAS TURCAS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

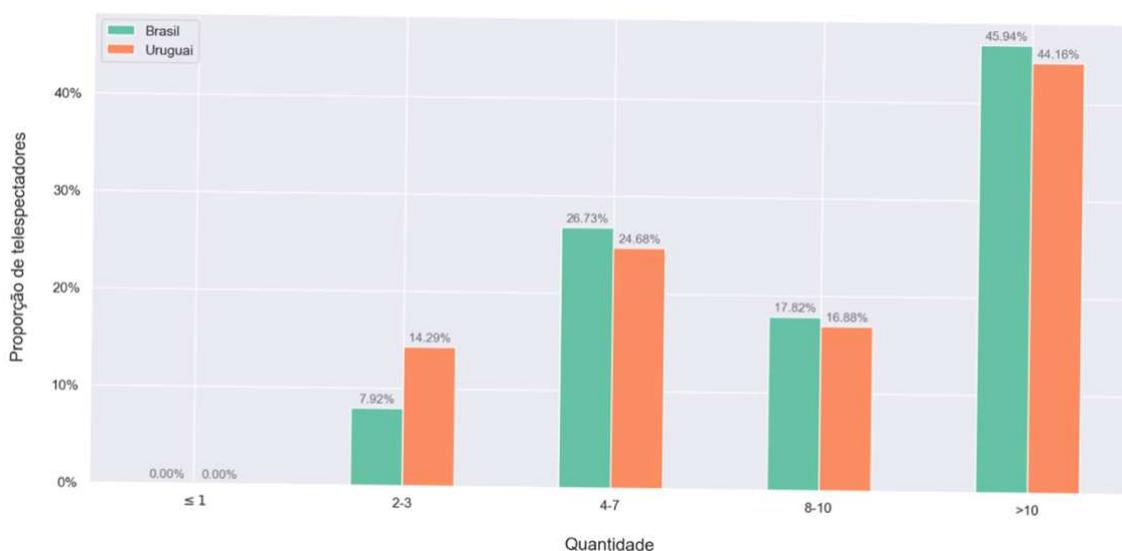
FIGURA 20 – COMO OS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS ASSISTEM A TELENÓVELAS TURCAS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

Tanto no Brasil quanto no Uruguai, mais de 40% dos telespectadores estimaram já ter assistido a mais de dez telenovelas turcas diferentes – número que ultrapassa a quantidade de títulos exibidos na televisão brasileira (FIGURA 21). Esses dados reforçam a disseminação do consumo da ficção televisiva turca nos meios digitais no Brasil, e indicam a fidelização dos telespectadores às produções turcas nos dois países.

FIGURA 21 – QUANTIDADE DE TELENÓVELAS TURCAS ASSISTIDAS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS

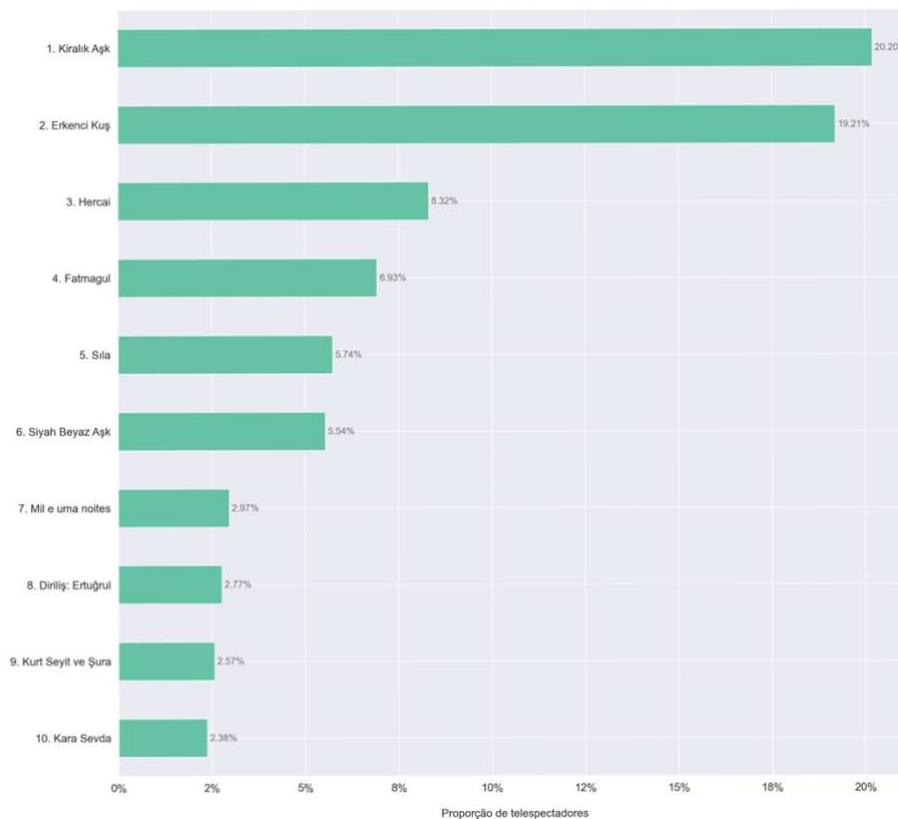


FONTE: Desenvolvido pela autora

Os telespectadores citaram quais as suas produções turcas favoritas. No Brasil, o título mais mencionado foi *Kiralık Aşk*, uma comédia romântica que não exibida na televisão brasileira (FIGURA 22). Aliás, apenas três dos dez títulos favoritos foram transmitidos no país – *Fatmagul*, *Mil e uma noites* e *Sila*. Os gêneros dos dez títulos favoritos incluem comédia romântica (*Kiralık Aşk* e *Erkenci Kuş*), drama (*Hercai*, *Fatmagul*, *Sila*, *Siyah Beyaz Aşk*, *Mil e uma noites*, e *Kara Sevda*), e drama histórico (*Diriliş: Ertuğrul* e *Kurt Seyit ve Şura*). No Uruguai, o título mais mencionado foi *İstanbul Gelin*, uma comédia romântica exibida no país pela Saeta Canal 10 sob o título *La novia de Estambul* (FIGURA 23). Entre os seis títulos favoritos estão comédias românticas (*İstanbul Gelin*, *Erkenci Kuş* e *Kiralık Aşk*), dramas (*Fatmagul*, *Anne*, *Kara Para Aşk*, *Hercai*, *Sila*, e *Asi*), drama histórico (*Muhteşem Yüzyıl*), e drama adolescente (*Medcezir*). Com a exceção de *Hercai*, *Erkenci Kuş* e *Kiralık Aşk*, todos esses títulos foram exibidos na televisão uruguaia.

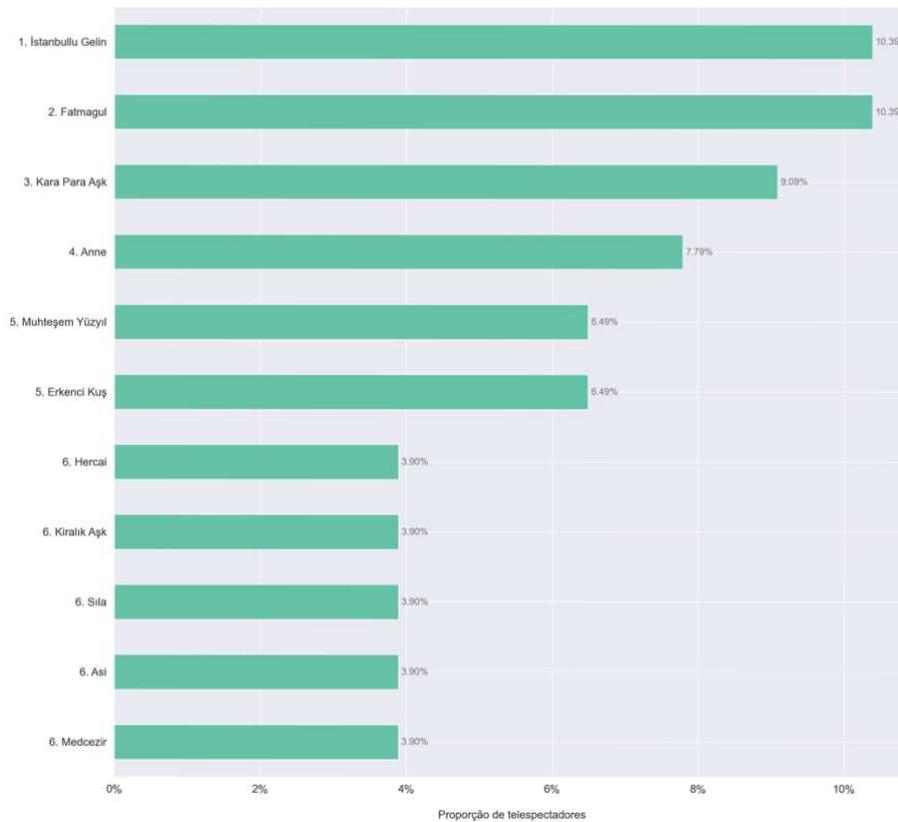
Além da ficção televisiva turca, os telespectadores também consomem produções de outros países. No Brasil, 68% dos telespectadores disseram assistir séries e/ou telenovelas de outras origens. No Uruguai, a porcentagem daqueles que assistem produções de outras origens além da Turquia foi de 63%. A origem mais mencionada pelos uruguaios foi o Brasil, mas, inesperadamente, o Brasil não foi a origem mais citada pelos brasileiros. No Brasil, o México é a origem mais frequente. Em ambos os países, o consumo de produções vindas da Argentina, Colômbia, Coreia do Sul e Estados Unidos teve destaque (FIGURA 24).

FIGURA 22 – TÍTULOS TURCOS FAVORITOS DOS TELESPECTADORES BRASILEIROS



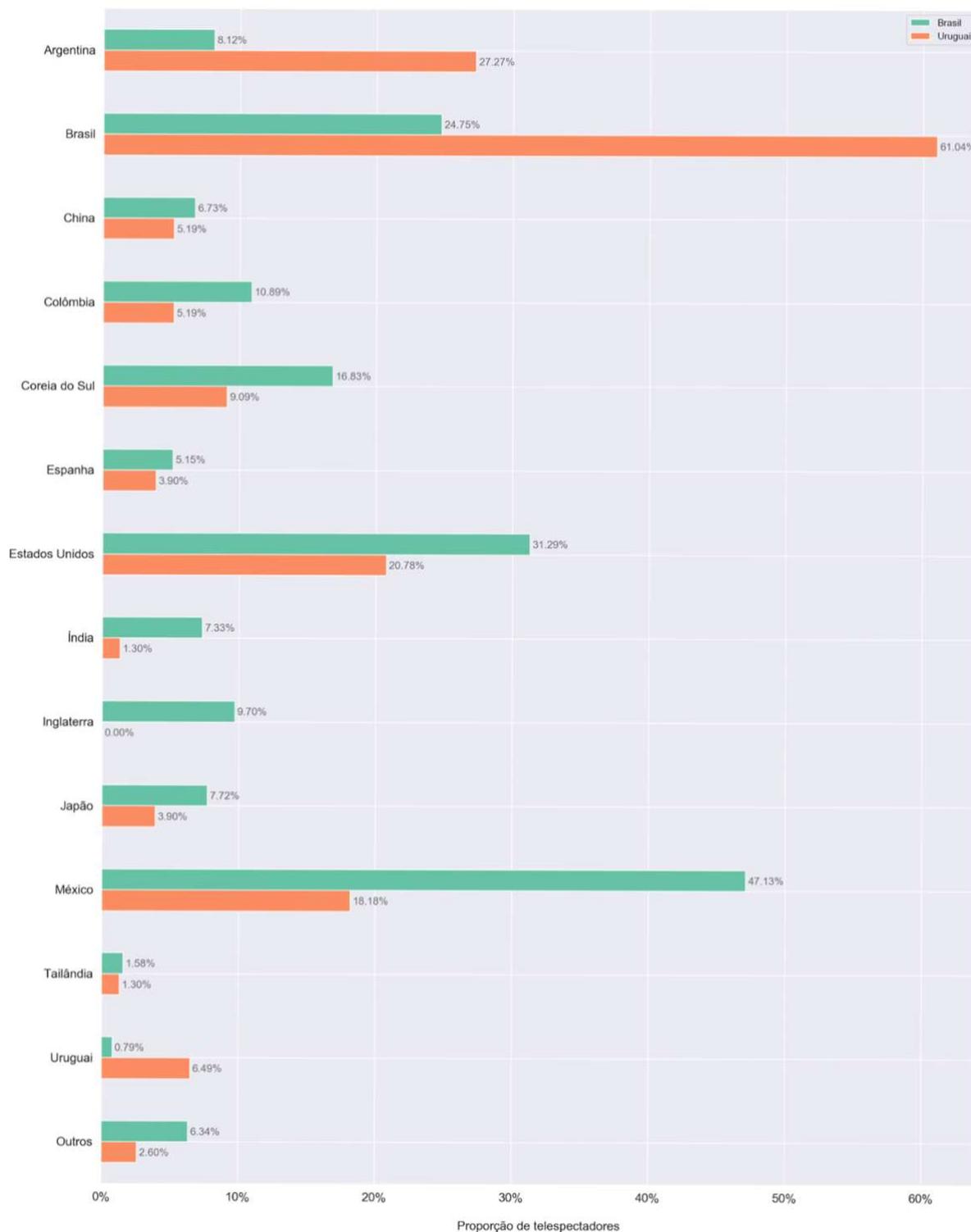
FONTE: Desenvolvido pela autora.

FIGURA 23 – TÍTULOS TURCOS FAVORITOS DOS TELESPECTADORES URUGUAIOS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

FIGURA 24 – ORIGEM DAS SÉRIES/TELENOVELAS ASSISTIDAS PELOS TELESPECTADORES BRASILEIROS E URUGUAIOS QUE ASSISTEM A SÉRIES/TELENOVELAS DE OUTRAS ORIGENS ALÉM DA TURQUIA



FONTE: Desenvolvido pela autora.

Na pergunta aberta que questionava o que mais interessa telespectadores brasileiros e uruguaios na ficção televisiva turca, “cultura” foi o elemento mais citado por ambos (FIGURA 25 e FIGURA 26). “Paisagens”, “costumes”, “tradições” e “diferente” foram outros aspectos reforçados tanto pelos telespectadores brasileiros quanto pelos uruguaios. “Histórias”, “amor”, “romance” e “família” também foram elementos bastante mencionados pelos telespectadores dos dois países. Classificamos esses elementos em duas categorias: “fascínio pela diferença” e “resgate do amor clássico”.

FIGURA 25 – ELEMENTOS QUE MAIS INTERESSAM OS TELESPECTADORES BRASILEIROS NAS TELENÓVELAS TURCAS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

FIGURA 26 – ELEMENTOS QUE MAIS INTERESSAM OS TELESPECTADORES URUGUAIOS NAS TELENÓVELAS TURCAS



FONTE: Desenvolvido pela autora.

Grande parte das respostas ligadas ao fascínio pela diferença parecem idealizar a diferença. O interesse pela dita “cultura turca” é quase sempre usado para se referir às paisagens ou ao respeito às tradições e à família, e apenas alguns comentários pontuais ressaltam os problemas presentes na sociedade turca. A seguir, listamos algumas destas respostas:

O fato da demonstração de afeto ser menos intensa do que no Brasil. Os personagens abordam a sua cultura quando atuam.  
Estudante, ≤18 anos, Brasil

A cultura, a leveza, o roteiro, não ter imoralidade, resgate dos valores e amor de verdade.  
Professora, 33-39 anos, Brasil

Conhecer a Turquia, acho lindo aquele país, e também as novelas turcas não tem prostituição, não passa mulheres seminuas.  
Desempregada, 47-53 anos, Brasil

A cultura. Respeito aos mais velhos. Superação das mulheres para se posicionar no mundo (tentam). A beleza dos atores turcos. Paisagem. Alimentação. TUDO!  
Professora, 54-60 anos, Brasil

As tradições, a cultura, as lindas paisagens e principalmente o respeito.  
Aposentada, 61-67 anos, Brasil

Crenças, religião, cultura, lugares, e a beleza masculina...  
Comerciante, 40-46 anos, Uruguai

Nos mostram uma cultura desconhecida, relações de respeito com os mais velhos, são muito respeitosas nas demonstrações de amor entre casais.  
Costureira, 54-60 anos, Uruguai

Pelo que mostram de sua cultura e acima de tudo como se adaptam, com suas crenças estritas e arraigadas, ao moderno. Também deixam claro a proteção que têm aos animais.  
Sem ocupação, 54-60 anos, Uruguai

Para parte significativa dos telespectadores brasileiros e uruguaios, a cultura turca recupera valores aqui esquecidos, percepção que se estende para a maneira como o amor é representado nessas produções. A seguir, listamos algumas das respostas associadas ao interesse pelo resgate do amor clássico:

O romance que existe, e o mais interessante é que não precisam fazer cenas de nudez e sexo para mostrar o amor que sentem.  
Costureira, 33-39 anos, Brasil

Passei a amar a Turquia, sua cultura e tradições. Tem romance sem ser vulgar, posso assistir em família. Conseguir a minha atenção sem apelação.  
Autônoma, 40-46 anos, Brasil

O respeito que eles têm com os mais velhos, e por querer preservar a família unida! Além do romance sem erotização!  
Dona de casa, 40-46 anos, Brasil

O respeito às tradições, o amor a pátria, verdadeira relação familiar e o romance sem cenas intensas.  
Professora, 47-53 anos, Brasil

Principalmente o respeito e as tradições pela família e suas raízes e o amor esta acima do sexo e dos interesses.  
Professora universitária, 61-67 anos, Brasil

São muito respeitosas e não tem beijo nem sexo.  
Dona de casa, 47-53 anos, Uruguai

A forma que contam histórias, o profissionalismo dos atores, a música, não mostram cenas eróticas, a linguagem muito cuidadosa. São séries que pode se assistir até com crianças em qualquer momento do dia. São séries para ver em família.  
Professora, 47-53 anos, Uruguai

Tanto as respostas que se referem ao fascínio pela diferença quanto as respostas que remetem ao resgate do amor clássico parecem indicar uma preferência por narrativas melodramáticas clássicas. O apego ao sentimentalismo conservador e à preocupação moralizante característicos do melodrama (OROZ, 1999) fica ainda mais claro quando esses telespectadores comparam a ficção televisiva turca com as telenovelas brasileiras:

As novelas brasileiras tem muito palavrão, as atrizes se expõem muito, sem pudor, se mostram muito e tem cenas fortes. As novelas turcas tem as famílias são unidas e as esposas são mais voltadas ao marido e o marido as esposas, não tem cenas fortes, é mais romântico, a fé deles é mostrada, primeiro confia em Deus e depois em homens, etc...  
Sem ocupação, 19-25 anos, Brasil

As novelas turcas não são apelativas. Elas te fazem sonhar e esquecer um pouco da realidade, que é o real intuito das atividades de lazer. Não “perdem tempo” discutindo questões profundas, como ideologia de gênero, por exemplo. Para isso, tem hora e lugar.  
Bancária, 26-32 anos, Brasil

Os turcos se preocupam com a moral, religião e os bons costumes, o Brasil, não.  
Dona de casa, 47-53 anos, Brasil

Esse é o x da questão, não são séries que tem demonstrações explícitas de sensualidade, um passar a mão no rosto, beijar as mãos, pegar no braço, beijar na testa, os olhares de amor e cumplicidade são muito mais lindos de se ver do que as cenas das novelas brasileiras, que não assistiria com minhas netas.  
Professora, 61-67 anos, Brasil

A cultura é diferente. Amo a Turquia e aprecio suas paisagens. A temática é diferente, não é repetitiva, e sempre deixam uma lição ou valores que estão se perdendo aqui.  
Policial, 47-53 anos, Uruguai

As turcas são mais culturais e cuidadosas ou pudoras. Já as brasileiras vão ao outro extremo, com violência e sexo.  
Dona de casa, 47-53 anos, Uruguai

São muito vulgares, perderam o romantismo, todas as relações de casais são quase pornográficas... fomentam o desrespeito nas relações entre homem e mulher, em muitos casos discriminam pobres e ricos e repetem incansavelmente a mesma temática...  
Aposentada, 68-74 anos, Uruguai

Nessas respostas, notamos uma forte rejeição às telenovelas brasileiras. Isso parece estar associado ao fato de que as telenovelas da Rede Globo se distanciam do melodrama clássico para introduzir maior realismo (LOPES, 2009). Além disso, as telenovelas da Globo também têm transformado a maneira de retratar relacionamentos amorosos, sexualidade e relações de gênero, abordando inclusive questões ainda polêmicas na sociedade (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015). O perfil dos telespectadores de ficção televisiva turca no Brasil e no Uruguai pode explicar essa visão conservadora, já que se tratam de mulheres católicas ou evangélicas acima dos 40 anos. Essas mulheres certamente cresceram assistindo às telenovelas com estrutura melodramática, e se baseiam nos ensinamentos cristãos. Por conta disso, ainda que a Turquia seja um país de maioria islâmica, as respostas indicam uma identificação com os valores morais representados nas narrativas.

No entanto, é preciso frisar que os telespectadores tinham um espaço limitado para discorrer sobre suas percepções. Com essas perguntas abertas, nosso objetivo era apenas obter uma perspectiva panorâmica da recepção. Para observar a recepção com maior profundidade, nos baseamos nos elementos que emergiram nas respostas ao questionário para conduzir entrevistas. No próximo capítulo, apresentaremos a análise das entrevistas realizadas com 11 telespectadores brasileiros e 7 telespectadores uruguaios de perfis variados.

## 7. PERCEPÇÕES E APROPRIAÇÕES DAS NARRATIVAS TURCAS

Os sentidos atribuídos às mensagens transmitidas pelos meios se articulam às mediações vivenciadas pelos receptores. A partir disso, as mensagens ganham novos significados, e se desdobram em novas práticas e ações. Em um contexto de intensas mutações culturais e tecnológicas, entender as práticas relacionadas às mediações se torna ainda mais relevante. Neste capítulo, focaremos nas mediações das narrativas e identidades a partir do último mapa das mediações proposto por Martín-Barbero para analisar as entrevistas conduzidas com telespectadores brasileiros e uruguaios e entender suas percepções e apropriações da ficção televisiva turca.

### 7.1. MEDIAÇÕES

O contexto de mutações culturais que habitamos traz novos modos de produção de sentido e novos modos de experiência. Para contemplar esses deslocamentos caracterizados pela digitalização, pela fluidez, pela hipertextualidade e pelo caos, Martín-Barbero propôs um novo mapa das mediações (RINCÓN, 2019). Nele, os eixos das temporalidades, das especialidades, das sensorialidades e das tecnicidades se articulam com as mediações das narrativas, das identidades, das cidadanias e das redes. Em nossa análise, iremos focar nas mediações das identidades e das narrativas.

#### 7.1.1. IDENTIDADES

A identidade é relacional, ou seja, depende da relação com algo fora dela para existir. Esse algo é a diferença. Para ilustrar o processo de construção da identidade, Woodward (2000) faz referência ao conflito entre sérvios e croatas na antiga Iugoslávia. Apesar dos dois grupos partilharem o local e diversos aspectos da cultura, um se vê diferente do outro. Logo, para que a identidade sérvia exista, é preciso que a identidade croata também exista, pois um sérvio é um “não-croata”. No entanto, como veremos adiante, a construção da identidade extrapola noções vinculadas à nacionalidade.

O conceito de identidade integra as reflexões de Martín-Barbero desde o princípio, quando ele já apontava “o papel das identidades socioculturais como forças materiais no desenvolvimento da história” (2013, p. 49). Ele também posicionava os meios massivos como “agentes impulsionadores de identidades sociais” (2013, p. 255). Essa discussão

ficou ainda mais evidente no segundo mapa, que propunha pensar as mudanças nos âmbitos das identidades e tecnicidades. A identidade finalmente ganhou status de mediação no terceiro mapa, conectando mobilidade e temporalidade. No quarto mapa, ela permanece como mediação, agora ligando sensorialidades e temporalidades. (SIFUENTES; ZANIN, 2019).

Para Martín-Barbero (2010), a identidade e a tecnologia são duas categorias centrais para entender o lugar da cultura na sociedade atual. Isso porque a tecnologia não é mais apenas um aparato, mas uma mediação que estrutura os processos comunicativos. A revolução das tecnicidades impacta na revitalização das identidades, já que, segundo Martín-Barbero, grande parte das identidades agora são formadas a partir das tecnicidades, que possibilitam a criação de espaços que vão além de nacionalidade, gênero e idade (SIFUENTES; ZANIN, 2019). As consequências dessas mutações tecnológicas são “explosões e implosões das identidades” (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Os processos de globalização estão associados à revolução das tecnicidades e à revitalização das identidades. Martín-Barbero (2010) aponta que, apesar das desigualdades e tensões provocadas pela globalização, ela também representa um conjunto extraordinário de possibilidades. Primeiro, uma enorme mistura de povos, raças, culturas e gostos emerge em todos os continentes à medida que a hegemonia do racionalismo ocidental é contestada por outras filosofias. Segundo, a relação entre populações e territórios se reconfigura, já que os processos de globalização enfraquecem o papel do cenário nacional enquanto articulador das dimensões políticas, econômicas e culturais e embaçam as fronteiras entre o nacional e o local. Terceiro, as tecnologias estão sendo apropriadas por grupos subalternos e permitindo a construção de uma contra-hegemonia ao redor do mundo. No contexto da globalização, as tecnologias contribuem para a difusão de referências de estilos e valores desterritorializados. Assim, falar de identidade hoje não é mais “falar de raízes, isto é, de costumes e território, de tempo longo e de memória simbolicamente densa”, mas também “falar de migrações e mobilidades, de redes e de fluxos, de instantaneidade e fluidez” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 61).

As identidades dos telespectadores brasileiros e uruguaios de ficção televisiva turca são perpassadas por espaços tradicionais, mas também são atravessadas pelo contexto das mediações reestruturadas pelas tecnicidades. As redes, ao conectarem telespectadores com atores, emissoras de televisão e outros telespectadores, criam um novo espaço público de interação. Esse espaço “impacta na lógica das fronteiras

geográficas e simbólicas, reorienta os modos de leitura, de escritura e de produção de conhecimento” (BRIGNOL; COGO; MARTÍNEZ, 2019, p. 205, tradução nossa).<sup>128</sup> Já as narrativas ganham volume nas práticas sociais da vida cotidiana devido à expansão de rituais como assistir séries e dialogar nas redes. Para dar conta de todas essas experiências, elas se reinventam e se multiplicam graças aos novos meios de criação, recriação, leitura e releitura de narrativas (SILVA; BASEIO, 2019). Na sequência, nos aprofundaremos na mediação das narrativas e na forma como elas se articulam com as identidades, sobretudo no caso da recepção da ficção televisiva turca.

### 7.1.2. NARRATIVAS

As narrativas são responsáveis por carregar os elementos de uma cultura. Isso coloca as narrativas em articulação direta com as identidades, já que não há identidade cultural que não seja contada. Nesse sentido, Martín-Barbero (2006, p. 63) destaca a importância das narrativas para o reconhecimento de povos e minorias: “[...] para que a pluralidade das culturas do mundo seja politicamente levada em conta, é indispensável que a diversidade de identidades nos possa ser contada.”

Na América Latina, as narrativas ocupam um papel fundamental na sustentação da cultura. Podemos citar o romance-folhetim, a radionovela, o cinema, e a telenovela como produtos culturais fortemente vinculados à identidade latino-americana. A telenovela brasileira, aliás, é considerada uma narrativa da nação por sua centralidade na cultura e na identidade nacional. Hoje, a telenovela brasileira “ultrapassou a dimensão do lazer e impregna a rotina cotidiana da nação” (LOPES, 2009, p. 29).

As reflexões sobre as narrativas vêm sendo construídas durante toda a trajetória intelectual de Martín-Barbero. Em sua historicização do melodrama, ele destaca a proximidade do gênero com a narração, e coloca as narrativas como “espaço de decolagem da produção massiva” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 176). Conforme suas discussões sobre as mutações culturais e comunicacionais se desenvolviam, ele enfatizou que o papel dos recursos técnicos vai além dos formatos industriais e possibilita outros modos de narrar (SILVA; BASEIO, 2019). Na direção dessa reorganização das lógicas

---

<sup>128</sup> No original: “[...] impactan en la lógica de las fronteras geográficas y simbólicas, reorientan los modos de lectura, de escritura y de producción de conocimiento” (BRIGNOL; COGO; MARTÍNEZ, 2019, p. 205).

da comunicação e da cultura, o quarto mapa inclui as narrativas como uma mediação situada entre as temporalidades e as tecnicidades.

As narrativas se tornam mais complexas conforme se ampliam os modos de contar ligados a novas tecnologias e linguagens. São os rituais que se convertem em narrativas e constituem os relatos, e, considerando a expansão dos rituais impulsionada pelas tecnicidades, se expandem também as narrativas (RINCÓN, 2019). A globalização impacta profundamente esse processo, já que, além da circulação maior de produtos, existe uma rearticulação das relações entre culturas e entre países. Assim, no interior de uma mesma sociedade, passam a coexistir códigos e relatos muito distintos, o que altera a experiência de identidade (MARTÍN-BARBERO, 2006).

Essas transformações deixam claro que a função narrativa mantém sua importância no processo comunicativo. Logo, para observar as narrativas enquanto mediação, é necessário se ocupar dos fragmentos, dos ritos, e das repetições reproduzidas no tempo e espaço cotidianos (SILVA; BASEIO, 2019). Nossa análise desses elementos da mediação das narrativas será articulada com a mediação das identidades, partindo dos super-temas encontrados nas entrevistas com telespectadores brasileiros e uruguaios.

## 7.2. SUPER-TEMAS

Para organizar nossa análise, partimos da proposta de Jensen (1998): ao analisar a recepção de notícias internacionais, ele identificou que os telespectadores estabeleciam ligações entre suas experiências e o mundo representado na televisão a partir de construções temáticas. Esses “super-temas” eram responsáveis por traduzir a realidade complexa e distante para termos simples e próximos. A seguir, apresentaremos os dois super-temas acionados pelos telespectadores brasileiros e uruguaios para se referir às narrativas turcas: os aspectos intra-trama e os aspectos extra-trama.

### 7.2.1. ASPECTOS INTRA-TRAMA

Durante a análise inicial das entrevistas, notamos que tanto os telespectadores brasileiros quanto os uruguaios recorriam a dois movimentos básicos para falar da ficção televisiva turca. O primeiro movimento ia das identidades para as narrativas, usando referenciais ligados à identidade brasileira e uruguaia para descrever e opinar sobre o formato, as temáticas e as particularidades das narrativas turcas. O segundo movimento

ia das narrativas para as identidades, detalhando como as narrativas turcas se estendem para a vida cotidiana e a visão de mundo. A partir disso, definimos “aspectos intra-trama” e “aspectos extra-trama” como nossos super-temas.<sup>129</sup> Como aspectos intra-trama, entendemos as falas que trazem os seguintes conteúdos:

QUADRO 4 – ASPECTOS INTRA-TRAMA

<b>Aspectos</b>	<b>Conteúdo</b>
Formato	Idioma, duração, roteiro, cenários
Temáticas	Drama, romance, gênero, violência
Particularidades	História, costumes, valores

FONTE: Desenvolvido pela autora.

Para descrever esses aspectos, os telespectadores colocam a Turquia em contraposição ao Brasil e Uruguai, acionando referenciais ligados a suas identidades para compreender a identidade do outro. Nesse processo, eles mobilizam principalmente a gramática da telenovela brasileira – ou argentina, no caso dos uruguaios. Isso resulta tanto em percepções positivas, como no caso do apreço pelo romance tradicional, quanto negativas, como no caso das críticas à desigualdade de gênero na sociedade turca. Na sequência, veremos como os telespectadores percebem e se apropriam do formato das narrativas da ficção televisiva turca ao se ancorarem em referenciais brasileiros e uruguaios.

#### 7.2.1.1. FORMATO

A ficção televisiva turca recebeu a denominação de telenovela na América Latina, mas seu formato é bastante distinto. Conforme já mencionamos, as produções turcas se aproximam das séries: os episódios possuem em média duas horas de duração, sendo veiculados apenas uma vez na semana e divididos em temporadas. Enquanto isso, as telenovelas contam com capítulos que duram cerca de 45 minutos e são transmitidos seis vezes por semana durante um período em torno de oito meses (LOPES, 2009).

<sup>129</sup> Nos baseamos nas esferas de conteúdo identificadas por Pieniz (2013) na análise de tweets sobre as telenovelas *Passione*, *Insensato Coração* e *Fina Estampa*.

Para adaptar a ficção televisiva turca ao formato que o público latino-americano já estava habituado, as emissoras de televisão adicionaram dublagem, dividiram os episódios em dois ou mais e adotaram a transmissão diária (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015). No entanto, elementos característicos do formato turco podem ser percebidos mesmo com essas adaptações. Além disso, por conta da crescente distribuição e consumo da ficção televisiva turca pela internet, os telespectadores passaram a ter contato com o formato original sem qualquer adaptação. Graças à internet, os telespectadores também se familiarizaram com as dinâmicas da indústria televisiva turca.

Levando em consideração as falas dos telespectadores brasileiros e uruguaios, parece existir um estranhamento inicial em relação ao formato turco. Fernanda, professora na faixa dos 33-39 anos que vive no Maranhão, conheceu a ficção televisiva turca pelo YouTube. Ela relata que seu primeiro choque foi por conta do idioma: a série *Erkenci Kus* não foi exibida na televisão brasileira, então a única opção disponível era assistir com o áudio original em turco e as legendas em português desenvolvidas por fãs. Fernanda achou que não conseguiria se acostumar, mas logo assistiu a vários episódios em sequência e se apaixonou pela ficção televisiva turca.

Tanto no Brasil quanto no Uruguai, a ficção televisiva estrangeira exibida na televisão aberta é normalmente dublada. E, mesmo nos serviços de streaming, grande parte do conteúdo está disponível com dublagem. Por isso, assistir ficção televisiva turca legendada implica em uma drástica mudança para os telespectadores. Entretanto, esse novo hábito foi recebido com entusiasmo pela maioria dos entrevistados. Rita, aposentada na faixa dos 68-74 anos e moradora em São Paulo, assistia às telenovelas turcas dubladas na Band, mas gosta mais das legendas. Ela justificou a preferência: “Eu gosto de ouvir a voz dos atores no original. Por exemplo, essa série *Kurt Seyit ve Şura*, que é com o Kıvanç Tatlıtuğ, ele tem uma voz linda, né. Então eu gosto de ver aquele sotaque, sabe?” Susana, monitora escolar na faixa dos 54-60 anos que mora em Cerro Largo, tem a mesma opinião, e se incomoda com algumas dublagens para o espanhol porque estão no espanhol europeu. A escolha pelas legendas frente às dublagens no espanhol europeu também foi mencionada pelas demais telespectadoras uruguaias.

Outro aspecto que causou estranhamento dos telespectadores foi a duração dos episódios, muito mais longos se comparados às telenovelas latino-americanas e às séries norte-americanas. Carol, doutoranda na faixa dos 19-25 anos e moradora de Pernambuco, dividiu sua experiência: “Os episódios são longos, meu Deus, duas horas. A única que eu assisto que é uma hora por episódio é *Emanet*, todas as outras são duas, duas horas e

meia.” Ela ainda se incomoda com esse formato, mas encontrou uma maneira para se adaptar. Ao invés de assistir a séries já finalizadas, Carol opta por assistir a lançamentos, já que, assim, ela pode acompanhar os episódios da maneira que eles foram feitos para serem consumidos: apenas uma vez na semana. Lucas, jornalista do Distrito Federal na faixa dos 40-46 anos, citou que a duração dos episódios é um empecilho para a prática do *binge-watching*.<sup>130</sup> Ele contorna essa questão assistindo aos episódios legendados em velocidade três.

O processo de construção do roteiro é outro fator frequentemente comparado com as dinâmicas das telenovelas latino-americanas. Tanto a ficção televisiva turca quanto as telenovelas derivam do melodrama e emprestam a estrutura aberta do romance-folhetim, levando em conta a opinião dos telespectadores no desenrolar da trama (LOPES, 2009). Mas, na indústria televisiva turca, a opinião dos telespectadores é levada às últimas consequências: séries bem-sucedidas são prolongadas, e séries com baixa audiência são canceladas abruptamente. Das cerca de 60 séries lançadas ao ano, metade é cancelada depois de seis episódios (YESIL, 2015). Ana, dona de casa na faixa dos 47-53 anos que mora no Paraná, ficou revoltada por ter começado a assistir uma série recém-lançada que acabou entrando nessa porcentagem:

O que eu fico indignada, tem séries que você tá assistindo ao vivo com elas, de repente quatro, cinco capítulos e já cancela. Nossa, eu fiquei revoltada com *Azize*, uma série que ela já teve quatro capítulos, cinco capítulos, não sei, tava fissurada, uma série linda, e foi cancelada. Nossa, eu fiquei revoltada (Ana, telespectadora brasileira).

Isabel, contadora de Montevideo na faixa dos 47-53 anos, teve a experiência oposta. Ela estava acompanhando a série *Sefirin Kızı*, mas se irritou com os rumos que a trama tomou. As autoras e a atriz principal foram substituídas, e muitas questões foram simplesmente esquecidas no meio de todas essas mudanças:

Eu estou com muita raiva do giro que deram na história, e porque trocaram as autoras, trocaram a atriz principal, a história está um caos. As histórias são escritas semana a semana. Às vezes sinto que as séries ultimamente se escrevem de acordo com a demanda, a demanda dos fãs, a demanda da audiência, mas nisso de escrever a demanda, perdem o fio condutor da história em si, não? [...] É um pouco irritante quando alguém está vendo porque se dá conta que fazem isso pela audiência, não fazem isso por, não sei, pela competência, e sinto que estão descuidando do espectador (Isabel, telespectadora uruguaia).<sup>131</sup>

---

<sup>130</sup> Prática de assistir a diversos capítulos/episódios de uma ficção televisiva de uma vez só, em maratona.

<sup>131</sup> Todas as traduções de entrevistas são nossas.

O mesmo aconteceu com *Hercai*, outra série acompanhada por Ana. Segundo ela, a série começou bem, mas enfrentou problemas no meio do caminho. Além da “enrolação” com a finalidade de aumentar o número de episódios, também houve troca de pessoas envolvidas na produção, o que impactou o andamento da trama. Ana comentou sobre o destino indefinido dos pais de Miran, o protagonista: “Ela [a mãe] era morta, depois ressuscitou a velha, agora matou a velha de novo, agora vai matar o pai do Miran [...]. Virou um horror danado, sabe? Assim, ficou sem pé nem cabeça.” Ana desistiu de ver *Hercai* no episódio 48, e está aguardando a história ser finalizada na Turquia para decidir se vale a pena terminar de ver ou não.

As locações em que as produções turcas são filmadas também geram comparações com as telenovelas latino-americanas. As telenovelas brasileiras, que são usadas como referência pelos telespectadores brasileiros e uruguaios, têm de 60% a 70% das filmagens feitas em estúdio, e de 30% a 40% feitas em locações externas (LOPES, 2009). Enquanto isso, a ficção televisiva turca dá muito mais ênfase às locações externas. A indústria televisiva turca é especialmente ligada com as paisagens urbanas de Istambul: para promover a imagem da cidade, as séries são filmadas tanto em bairros modernos que remetem a um estilo de vida glamouroso e agitado, quanto em bairros tradicionais que seguem um estilo de vida simples e nostálgico. Casas reais são alugadas para as produções, e moradores dos bairros muitas vezes servem como figurantes (RAPPAS; KAYHAN, 2018).

É justamente essa aproximação da vida real que chama a atenção dos telespectadores. Susana contrastou as locações das telenovelas brasileiras e da ficção televisiva turca:

Os turcos filmam em cenários naturais. Muito do cenário é natural. Não têm, por exemplo, bairros e cidades montadas como às vezes têm as da Globo no Brasil. É tudo natural. Eles filmam dentro de casas, casas normais, porque se repetem em muitas novelas as mesmas casas, filmam muito nas ruas [...] (Susana, telespectadora uruguaia).

Emilia, servidora pública na faixa dos 54-60 anos de idade e moradora de Canelones, também mencionou as casas que servem de locação, ressaltando que elas contribuem para uma representação mais fiel da realidade de uma família humilde:

Mostram casas simples, não é como em outras novelas que mostram sempre luxo e ostentações. Mostram, por exemplo, mostram que há casas em que uma pessoa dorme na sala porque não há mais quartos. Em outras novelas geralmente não se vê isso. Sempre são quartos luxuosos e tudo. (Emilia, telespectadora uruguaia).

Gradativamente, os telespectadores brasileiros e uruguaios se habituariam ao formato da ficção televisiva turca e incorporam elementos de uma gramática narrativa diferente à bagagem. Mas, antes de citar a incorporação dessa gramática nas identidades, precisamos falar ainda da percepção e apropriação das temáticas e particularidades das narrativas turcas.

#### 7.2.1.2. TEMÁTICAS

Como já discutimos anteriormente, a ficção televisiva turca segue a estrutura melodramática clássica. Essa foi uma decisão intencional da indústria televisiva da Turquia, que, por conta do crescente público internacional, passou a ter uma preocupação em desenvolver narrativas universais. Dessa forma, telespectadores situados nos mais diversos contextos compreendem e se identificam com enredos que abordam temáticas como família e romance (YESIL, 2015). Mas, ainda assim, existem tensões no processo de recepção dessas narrativas. Essas tensões são provocadas principalmente pela identidade que os telespectadores carregam e seus referenciais narrativos.

O drama das narrativas turcas, apesar de ter suas raízes no melodrama como as telenovelas latino-americanas, é percebido como mais intenso. Carol avaliou o drama turco a partir da perspectiva das telenovelas brasileiras: “Os turcos são bem dramáticos, né? Às vezes tem drama [nas telenovelas brasileiras], mas não são tão dramáticos quanto as novelas turcas [...]” essa característica é percebida positivamente por grande parte dos telespectadores. Karina, publicitária na faixa dos 26-32 anos que vive no Mato Grosso do Sul, acha as histórias “pesadas e sofridas”, mas se sente envolvida por elas. Mari, servidora pública na faixa dos 54-60 anos que vive no Paraná, também gosta do drama turco mesmo com toda a carga de sofrimento. Ela atribui sua preferência à boa atuação dos atores:

Pra dizer a verdade eu sofro junto, né? Eu sofro, todas as séries pra mim é um sofrimento, mas eu gosto. Porque eu acho que eles trabalham muito bem. Então, quando eu tô assistindo, dá a impressão que aquilo ali é verdadeiro, sabe? [...] Os atores nacionais, eles têm que dizer assim, não sei se você já percebeu isso, mas eles costumam fazer assim: "Ah, por que que você tá triste? Por que que você tá com essa cara?" Porque eles querem que a gente pense que o outro tá triste. E o turco, ele não faz isso, ele não pergunta. Você já olha e você já sente o que a pessoa tá passando, se tá feliz, se tá triste, como é que está, se tá com raiva, então é muito legal. Isso que eu gosto (Mari, telespectadora brasileira).

Outros telespectadores também elogiaram o estilo de atuação dos atores turcos. Segundo Karina, “eles conseguem transmitir tudo pelo olhar”. Rosa, dona de casa de 76 anos e moradora de São Paulo, ressaltou que se trata de algo diferente daquilo a que estamos acostumados a ver na telenovela nacional: “[...] eles olham nos olhos de uma maneira que você fica assim, embevecida, né? Não é como os daqui. É diferente. Completamente.” Essas falas indicam que os enredos exageradamente dramáticos, somados à atuação que valoriza as ações e as emoções, remetem à linguagem do excesso característica do melodrama clássico (MARTÍN-BARBERO, 2013), portanto diferenciando as narrativas turcas das brasileiras, que incorporam um maior realismo (LOPES, 2009). Mas é na abordagem do romance que essas diferenças se acentuam ainda mais.

Questões políticas, culturais e religiosas regulam o conteúdo da ficção televisiva turca. Logo, cenas que mostrem cigarro, bebidas alcoólicas, situações políticas, violência e contato sexual são limitadas (UNUR, 2020). Isso resulta em romances nos quais cenas de beijo e sexo são raras ou inexistentes. Para argumentar a respeito dessa característica, os telespectadores novamente recorreram à comparação com as telenovelas latino-americanas. Ana considera a discrição dos romances turcos como algo positivo frente ao conteúdo mais explícito das telenovelas brasileiras:

Pouca vergonha aqui do brasileiro nessas novelas nossas, né? Tão muito assim. Só que lá não é contada desse jeito, lá é contada de outro jeito, né? Num jeito mais simples assim, num romantismo, né? Aqui acho que já é mais assim, acho assim que é mais vulgar, né, muito... Lá não, lá você fica torcendo pra ter um beijo na mão (Ana, telespectadora brasileira).

Muitos telespectadores expressaram percepções semelhantes. Rita não se sente confortável com cenas de sexo e prefere quando o momento de intimidade do casal fica implícito. Foi justamente isso que a fez abandonar as telenovelas brasileiras há muitos anos: “Eu desisti das novelas brasileiras quando foi um sábado, eu tava vendo uma novela na Globo faz muito tempo... Naquele sábado, todos os casais terminaram trepando. Não dá, né?” Mari também rejeita as telenovelas brasileiras por conta das cenas de sexo exageradas: “[...] é muita depravação, isso aí não é muito legal. Acho que tudo tem horário.”

Os uruguaios criticaram não apenas as telenovelas brasileiras, mas também as telenovelas argentinas. Os argumentos usados também estavam relacionados com a “vulgaridade” das narrativas. Laura, dona de casa na faixa dos 47-53 anos que vive em Colônia, acompanhava as telenovelas brasileiras, mas não achava o conteúdo apropriado

para o filho de 10 anos que estava sempre por perto da televisão. Esse foi o principal motivo que a fez migrar para a ficção televisiva turca: “Elas se tornaram muito picantes, chega a ser vulgar. Por mais que uma pessoa seja mais velha como eu, que tenho 53 anos, há coisas que já são grosseiras demais. Chocam a vista, porque, bom, você pode imaginar, não é necessário que mostrem certas coisas.” Laura completou dizendo que, ao contrário das telenovelas brasileiras, as turcas podem ser vistas em família.

Susana disse que, por viver na fronteira com o Brasil, gosta das telenovelas brasileiras. Suas críticas foram direcionadas às telenovelas argentinas. Para ela, além de serem repetitivas, as produções argentinas possuem um vocabulário inapropriado e muitas cenas de sexo desnecessárias. Claudia, agrônoma na faixa dos 54-60 anos e moradora de Montevideo, admitiu não acompanhar as telenovelas brasileiras o suficiente para poder opinar sobre elas, mas destacou sua rejeição pelos romances fora dos padrões heteronormativos retratados nas telenovelas argentinas: “Não escapam à realidade, porque hoje se vê a homossexualidade, coisas que eu não... Não gosto disso. Talvez porque sou de outra geração, mas te mostram que de repente três convivem juntos e têm um filho e todo esse tipo de coisa.” Segundo ela, a ficção televisiva turca se aproxima mais da realidade a que ela está habituada enquanto mulher mais velha.

Muitas falas sugeriram uma aversão a questões ligadas à diversidade sexual nas telenovelas, sendo que são justamente essas possibilidades identitárias que as telenovelas brasileiras e argentinas têm buscado representar nos últimos anos. No processo de naturalização e desnaturalização de modelos identitários a partir da matriz melodramática, elas já abordaram temáticas inéditas na televisão, como a transgeneridade: a brasileira *A força do querer* (2017) retratou o processo de autodescobrimento de Ivana/Ivan, e a argentina *100 días para enamorarse* (2018) mostrou os conflitos de Juana/Juan com o corpo e a família (VILELA, 2020).

Enquanto isso a ficção televisiva turca não retrata personagens com orientações sexuais ou identidades de gênero divergentes da norma cisgênera e heterossexual, possivelmente conta das restrições impostas no país.<sup>132</sup> Fernanda aprova a ausência de diversidade sexual, argumentando que dessa forma as narrativas turcas “não têm apelo a coisas polêmicas”. Ela exemplificou:

---

<sup>132</sup> No capítulo anterior, comentamos sobre a cancelamento da série *If Only*, uma série da Netflix que foi censurada pelo governo turco por retratar um personagem homossexual.

Todo ano na Malhação tem que ter um gay, tem que ter uma lésbica, tem que ter um preto, tem que ter um gordo, assim, eles enfatizam algumas coisas que não tinha necessidade de enfatizar aquilo ali. Mas todo ano tem que ter, como se fosse seguir um padrão de algo que seja, que gere algum tipo de conflito, entendeu? E eu não gosto. Eu, particularmente, eu não gosto (Fernanda, telespectadora brasileira).

Luiza, professora na faixa dos 61-67 anos e moradora da Bahia, assistia às telenovelas brasileiras no passado, quando, nas palavras dela, "havia novelas de qualidade aqui". Hoje, ela sequer tem televisão. Apesar de reconhecer que questões como a homossexualidade fazem parte da sociedade, ela acha que "não precisa apelar tanto":

Na minha casa não permito nem televisão. Sabe por quê? Pra não ter que ver essas coisas. Porque é muita apelação. Apelação de gay... Não é querendo ser homofóbica, não, pois minha filha é gay, entendeu? Mas não precisa, gente, usar uma tela pra poder apelar aquela situação, entendeu? Daí fica uma coisa ridícula (Luiza, telespectadora brasileira).

Luiza não chegou a descrever o que exatamente seria essa apelação, mas a fala de Rita dá algumas pistas: "[...] as novelas brasileiras, elas exploram demais, demais, a diferença, sabe? Então toda novela tem um gay, mas não é um gay normal. É um gay debochado. Então eu acho que é uma coisa assim, caricatural, né?"

Esse conservadorismo parece estar ligado com o perfil da maioria dos telespectadores. O amor romântico, a castidade, e as estruturas familiares tradicionais são características das telenovelas mais antigas, as quais eram fortemente influenciadas pelo melodrama clássico e a ideologia dominante (HAMBURGER, 2005). E, como nas telenovelas mais antigas, a ficção televisiva turca tem uma alta carga de romantismo, com o personagem masculino "cortejando" a personagem feminina através de demonstrações sutis de amor (VALVERDE, 2020). Logo, a preferência pelos ideais retratados na ficção televisiva turca pode ter relação com o fato de que uma parcela significativa do público é formada por mulheres católicas e evangélicas acima dos quarenta anos de idade – ou seja, que cresceram assistindo às telenovelas melodramáticas conservadoras e que se baseiam nos ensinamentos cristãos.

No entanto, apesar da visão conservadora em relação a algumas questões, os telespectadores também se mostraram conscientes dos problemas existentes na sociedade turca e refletidos na ficção televisiva do país. Tanto os telespectadores jovens quanto os mais velhos criticaram sobretudo a desigualdade de gênero e a censura. Sofia, atendente de telemarketing de 18 anos e moradora do Rio Grande do Sul, dividiu seu espanto com a censura na Turquia:

Até eu comecei a descobrir mais coisas sobre a Turquia, e tu fica apavorado, né? Porque mesmo que tu ache que o Brasil já é um país com algumas coisas que tem que mudar, mas daí tu olha pra algumas coisas que acontecem lá na Turquia, e tu fica chocado, né? Tu não imagina que possa existir nos dias de hoje coisas assim (Sofia, telespectadora brasileira).

Também sobre a censura, Luiza disse se incomodar com a falta de beijos na ficção televisiva turca: “Me dá uma ânsia, beija logo essa criatura, pelo amor de Deus!” Mas ela complementou que entende que isso faz parte da cultura do país. Alice, microempresária na faixa dos 19-25 anos que vive no Rio de Janeiro, se mostrou ciente das grandes diferenças culturais entre a Turquia e o Brasil, mas ainda assim admitiu se sentir frustrada com a popularidade de produções que considera problemáticas:

Tem muitas séries turcas que eles abordam assuntos bem problemáticos, com audiência sempre maiores de dizes que eles abordam assuntos mais saudáveis. Eu nunca compreendo muito bem isso, mas acho que diante de toda a cultura que eles têm, na visão deles isso é normal. Isso é uma das coisas que me deixou curiosa e um pouco, como mulher, frustrada. Muitas pessoas preferem assistir uma violência doméstica do que um casal com um relacionamento saudável. Me incomoda um pouco ainda hoje (Alice, telespectadora brasileira).

Essa contradição se estende para os critérios usados para censurar o conteúdo da ficção televisiva turca. Enquanto beijos são restringidos, a violência muitas vezes não é. Susana demonstrou sua indignação em relação a isso:

Às vezes, nos fóruns de novelas turcas que temos no Facebook, alguém escreve: “Não entendo como podem censurar um beijo na tela, ou censuram um decote, ou tem novelas em que haviam por exemplo gays e fizeram tirar, mas a violência não censuram.” Que seja mafioso, que andem com arma, a violência machista, por exemplo, isso não censuram. Eles têm critérios muito especiais, não é? Choca um pouco (Susana, telespectadora uruguaia).

Francisca, aposentada na faixa dos 61-67 anos que vive em Montevideo, usou a telenovela *Esposa Joven (Küçük Gelin)*, exibida na televisão uruguaia, para exemplificar a violência contra a mulher mostrada explicitamente em algumas produções turcas. Como o título sugere, *Esposa Joven* conta a história de uma menina obrigada a se casar com um homem mais velho, e causou mal estar em Francisca por ser muito pesada:

*Esposa Joven* era a história de uma menina que é obrigada a se casar sendo menina e é abusada e maltratada. Não consegui suportar continuar assistindo. Não, não consegui. Foi muito forte, não consegui continuar assistindo. [...] Porque era uma menina, ela tinha, não me lembro bem, mas acho que tinha dez anos. Obrigaram ela a se casar com um homem mais velho. Muito forte. Sei que na cultura aconteciam essas coisas, são coisas reais, porque antigamente obrigavam meninas a se casarem com homens mais velhos. Mas não, impossível suportar assistir isso. Não sei se terminou bem, se terminou mal, não sei o que aconteceu nessa novela, porque nem me interessei em pesquisar o final, porque estava me fazendo mal assistir (Francisca, telespectadora uruguaia).

Mesmo nas produções em que a violência contra a mulher não é tão explícita, Francisca comentou que se incomoda com o tratamento dos homens em relação às mulheres: “Há muito machismo. Sempre são eles que mandam, eles que decidem tudo.” Para Rita, além dos homens serem machistas, as mulheres também são muito submissas e, às vezes, “bobonas”.

Em um contexto de tanta desigualdade de gênero, os momentos que retratam o empoderamento feminino chamam a atenção dos telespectadores. Karina reconheceu que o fato de a mulher sempre ser representada como sofredora é um problema, mas ressaltou que elas costumam dar a volta por cima e se reerguer. Juana, contadora de Montevideo na faixa dos 61-67 anos, se interessa por essa superação: “Me interessa a superação da mulher. Há novelas que mostram que estudam, que vão longe, igual aos homens, mesmo que custe mais a elas.” Sofia relatou que uma das cenas mais marcantes para ela foi um discurso sobre a violência contra a mulher na série *Yeni Hayat*:

[...] ela tá dando um discurso sobre a violência contra a mulher. E o marido dela batia nela. Ninguém sabia, porque eles viviam de aparências, mas ela usou a voz dela. Inclusive foi bastante criticado por algumas pessoas lá na Turquia, porque eles não... Eles não gostam muito dessas coisas, né? Claro que muitas outras mulheres se viram naquilo e viram a força que elas têm. Eu acho uma cena muito boa (Sofia, telespectadora brasileira).

Ainda que alguns telespectadores se posicionem de maneira conservadora, eles têm discursos progressistas em relação às questões de gênero. Essas percepções indicam que as discussões sobre o lugar da mulher na sociedade estão em estágios diferentes na América Latina e na Turquia. Quando consideramos outros contextos, essas diferenças ficam ainda mais explícitas: no Oriente Médio, a popularidade da ficção televisiva turca é atribuída justamente à desconstrução dos estereótipos de gênero nas relações amorosas (KRAIDY; AL-GHAZZI, 2013), e a “modernidade” dessas produções encoraja as mulheres a repensarem seus papéis na sociedade (YANARDAĞOĞLU; KARAM, 2013). Aqui, é interessante observar que a telenovela latino-americana certamente está ligada à visão dos telespectadores brasileiros e uruguaios, já que ela se configura como uma tecnologia de gênero responsável por produzir, promover e “implantar” representações de gênero (DE LAURETIS, 1994). Mesmo que os telespectadores de ficção televisiva turca não assistam à telenovela brasileira ou argentina, as recentes modificações incorporadas nas narrativas passam a constituir uma nova proposta do que se deve ser e o que se deve pensar (VILELA, 2020) e contribuem para a reformulação da construção de gênero na sociedade (ALMEIDA, 2002).

Disso, fica claro que os sentidos das narrativas turcas são constantemente negociados a partir dos referenciais associados à identidade dos telespectadores. Além do formato e das temáticas, as particularidades referentes à história, costumes e valores da Turquia também estão sujeitas a comparação, como veremos a seguir.

### 7.2.1.3. PARTICULARIDADES

Apesar da ficção televisiva turca focar em temáticas universais e evitar tocar em questões sociais e políticas da Turquia, elementos gerais da cultura como história, costumes e valores são apresentados. Essa estratégia parece estar relacionada ao fato de que “ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença e mercantilização da etnia e da ‘alteridade’.” (HALL, 2019, p. 45). O interesse pelo local é frequentemente explorado pelas indústrias em articulação com o global, resultando na criação de nichos de mercado.

Possivelmente com a intenção de despertar esse fascínio pela alteridade, a indústria televisiva turca costuma investir em narrativas de época. Isso atrai telespectadores que já tinham um interesse prévio pela história da Turquia e do Império Otomano. É o caso de Carol, que conheceu a ficção televisiva turca através da série de drama histórico *Kurt Seyit ve Şura*. Desde criança, ela tem vontade de conhecer a Turquia por conta da história do Império Otomano, e se encanta com as produções que retratam esse período. Já Susana, que viajou para a Turquia em 2019, gosta dos dramas históricos porque pode ver o que aprendeu nos tempos de escola e descobrir novos lugares para visitar em viagens futuras.

Reforçando esse fascínio pela diferença, os telespectadores também se mostraram interessados nos costumes e tradições da Turquia – mesmo com todas as ressalvas em relação a censura e a desigualdade de gênero. Fernanda falou com entusiasmo das cerimônias de casamento que fazem parte das narrativas turcas:

[...] eu adoro quando é os casórios, eu acho a coisa mais linda! Aqueles preparos de não sei quantos dias, tem a noite de *henna*, tem o jantar da casa do noivo, o jantar na casa da noiva, aí vem o casório civil, vêm as danças, aí, as danças, meu Deus do céu, me fascina demais a questão do café com sal... Coisas assim que eu fico encantada vendo eles, eu acho a coisa mais linda (Fernanda, telespectadora brasileira).

Sofia, que assim como Fernanda também se deslumbra com os casamentos, destacou alguns hábitos cotidianos dos turcos que lhe despertam curiosidade, como tomar

chá: “[...] acho muito diferente, eles tomam chá o tempo inteiro! Aqui a gente não tem muito costume disso, sabe? A gente toma café e tal, e lá eles tão sempre tomando chá.”

Neste exercício de perceber a cultura turca a partir da própria cultura, alguns telespectadores apontaram semelhanças entre os costumes turcos e brasileiros ou uruguaios. Emilia contou que, apesar de não se reconhecer nos personagens, se identifica com alguns hábitos adotados nos lares turcos, pois remetem a sua infância. Luiza também sinalizou coincidências entre os costumes turcos e sua infância:

Eu fui de um tempo em que era a minha vó que tinha esse costume de: "Tira sandália, não entra em casa com a sandália!" E eles tiram, né? Essa cultura aí, eu já vivi essa cultura. E a maneira simples deles levarem a vida, com a cultura que eles têm lá, né, de oração, tudo isso me remete para o tempo de minha vó. Entendeu? Muita coisa ali tenho a referência em minha vó. Minha avó era assim. [...] Gente, eu digo: "Meu Deus, mas parece todinho aquele tempo!" Minha vó, quando meu tio foi conhecer uma menina, fomos todos pra casa da menina. Pra casa da menina levar, cada um levou uma coisa. Meu Deus, eu vivi o tempo turco e não sabia! Não sabia. Tenho muita referência ali (Luiza, telespectadora brasileira).

Para Isabel, a cultura turca e a cultura latino-americana têm muitos pontos em comum. Na opinião dela, a ficção televisiva turca retoma tradições que se perderam na América Latina e aborda problemas que também ocorrem aqui:

Há muitas coisas que têm a ver com a cultura ou a relação entre eles que nós perdemos. [...] Nós, em algum momento, acho que tivemos esse tipo de estrutura familiar, esse tipo de relação, e com o tempo, a modernidade fez com que essas coisas se perdessem. Mas, por exemplo, eles têm uma espécie de respeito ao mesmo tempo em que têm uma violência grande contra a mulher, que acho que não é um patrimônio deles. Eu acho que é um ponto que também é comum, nós aqui no Uruguai e acho que no mundo, há mulheres mortas todos os dias por feminicídio (Isabel, telespectadora uruguaia).

Vários telespectadores expressaram admiração pelos valores turcos retratados nas narrativas, argumentando que o respeito que os personagens demonstram pelos familiares e pelos mais velhos foi esquecido pelos jovens de hoje. Laura fez referência a sua juventude para explicar porque se identifica com esses valores:

Às vezes as gerações novas acham chocante o tema dos namorados, de como agir com as pessoas mais velhas. Não sei, nós éramos diferentes. Não dávamos beijos ou abraços na frente de nossos pais. Tínhamos momentos e momentos. Então, essa parte das novelas me agrada porque existe o respeito com o outro e com a pessoa mais velha (Laura, telespectadora uruguaia).

Mari considera que o respeito pelos familiares é um dos principais pontos positivos da ficção televisiva turca. Na visão dela, os turcos são muito ligados à família,

e os irmãos mais novos respeitam os irmãos mais velhos. Ela também ressaltou que já não vê mais isso na sociedade brasileira.

Essas falas têm muito em comum com as declarações sobre a preferência pelo amor clássico retratado nas narrativas turcas. Primeiro, ambas estão relacionadas com o sentimentalismo conservador e a preocupação moralizante característicos da estrutura melodramática clássica. Segundo, as duas revelam que, ao mesmo tempo em que os telespectadores se interessam pela alteridade explorada pela indústria televisiva turca, eles também se conectam com os valores morais. Aliás, parece existir uma identificação maior com as narrativas turcas do que com as narrativas locais, as quais se distanciam do melodrama clássico. Esse contexto aponta a existência de múltiplas proximidades entre a ficção televisiva turca e os telespectadores brasileiros e uruguaios. A noção das múltiplas proximidades sugere que a proximidade com aspectos específicos, como valores e gêneros, pode ser mais forte do que a proximidade com a cultura nacional. Assim, produções estrangeiras são capazes de dialogar mais intimamente com a realidade de certos telespectadores (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005).

O argumento da proximidade cultural (STRAUBHAAR, 1991) continua sendo fundamental para entender a recepção televisiva, mas é preciso reconhecer a necessidade de olhar não apenas para a cultura nacional ou regional, mas também para grupos específicos existentes dentro de um país ou região. Nesse sentido, chama a atenção o processo de desterritorialização das identidades: com as técnicas, os modelos e padrões de conduta surgem de espaços muito diferentes de décadas atrás, reconfigurando as identidades por meio de novos laços sociais que se firmam além das fronteiras nacionais (SIFUENTES; ZANIN, 2019).

Pela análise dos aspectos intra-trama a partir da percepção dos telespectadores brasileiros e uruguaios, pudemos observar que a identidade nacional de fato influencia o processo de recepção: a cultura turca é sempre a outra, sendo percebida a partir de referenciais nacionais. No entanto, outros fatores, como gênero, idade, religião e valores, se sobrepõem à identidade nacional e acabam determinando a preferência pelas narrativas turcas. As narrativas turcas, por sua vez, passam a alterar a experiência de identidade desses telespectadores ao introduzir novas práticas, ritos, códigos e linguagens em articulação com as técnicas e redes. Mais adiante, examinaremos como isso ocorre.

## 7.2.2. ASPECTOS EXTRA-TRAMA

Como foi possível notar pela análise dos aspectos intra-trama, as identidades desempenham um papel importante no processo de recepção da ficção televisiva turca entre telespectadores brasileiros e uruguaios. No entanto, as identidades não são permanentes. As tecnicidades, ao reestruturarem as demais mediações, modificam e ampliam a experiência da identidade. Definimos o super-tema dos aspectos extra-trama a partir desse movimento que vai das narrativas turcas para as identidades brasileiras e uruguaias e inscreve a ficção televisiva turca no cotidiano dos telespectadores na forma de novas práticas e ações. Consideramos como aspectos extra-trama as falas que mostram os seguintes conteúdos:

QUADRO 5 – ASPECTOS EXTRA-TRAMA

<b>Aspectos</b>	<b>Conteúdo</b>
Interação social	Comunidades online, amigos, atores
Práticas de consumo	Assistir online
Desenvolvimento pessoal	Estudo, turismo

FONTE: Desenvolvido pela autora.

Os telespectadores recorrem aos referenciais que construíram ao longo da vida para descrever os aspectos intra-trama, mas, para falar dos aspectos extra-trama, eles tendem a evocar a vida depois de conhecer a ficção televisiva turca. Isso porque as narrativas, as redes e as tecnicidades (RINCÓN, 2019) colocam esses telespectadores em contato com referências de estilos e valores da cultura turca, além de criarem novos espaços públicos de interação. É a partir daí que eles reconfiguram suas identidades. A seguir, exploraremos como as narrativas turcas integram a identidade de telespectadores brasileiros e atravessam suas percepções.

### 7.2.2.1. INTERAÇÃO SOCIAL

Tanto no Brasil quanto no Uruguai, existe um grande número de comunidades online dedicadas à ficção televisiva turca. Essas comunidades normalmente transitam por

diferentes redes sociais, como Facebook, Telegram, Twitter, YouTube, Instagram e WhatsApp, utilizando cada uma delas para um propósito específico.

As discussões costumam se concentrar no Facebook. Em grupos privados, os telespectadores comentam episódios, fazem recomendações de séries, e expressam a paixão pelos atores turcos. Mari, servidora pública na faixa dos 54-60 anos que vive no Paraná,<sup>133</sup> contou que, apesar de não participar ativamente dos grupos publicando e comentando postagens, recorre a ele para buscar indicações de novas séries. Emilia, servidora pública na faixa dos 54-60 e moradora de Canelones, estima fazer parte de três ou quatro grupos, e também consulta os comentários para decidir qual a próxima série que vai assistir. No caso das telenovelas exibidas na televisão uruguaia, Emilia busca informações para saber do que se trata. Os spoilers, aliás, muitas vezes são bem-vindos, como indica a fala de Rita, aposentada na faixa dos 68-74 anos que mora em São Paulo: “Eu gosto de spoiler, porque já sei o que vai acontecer e não sofro tanto.”

Os grupos do Facebook também acabam servindo como uma importante fonte de informação sobre o contexto turco. Luiza, professora da Bahia na faixa dos 61-67 anos, aprendeu sobre a censura existente na Turquia depois de reclamar em um grupo sobre a falta de beijos entre os protagonistas de *Emanet* e receber respostas de outras telespectadoras explicando porque o beijo não é permitido. Ana, dona de casa na faixa dos 47-53 anos e moradora do Paraná, criticou a violência contra a mulher nas narrativas turcas fazendo referência à saída da Turquia da Convenção de Istambul,<sup>134</sup> assunto que foi abordado em uma live promovida por administradoras de um grupo do Facebook. Ela detalhou como funcionam essas lives:

Nas lives, elas falam da cultura de lá, assim, como que é a cultura lá, através da novela cá... Então elas mostram os dois lados, né? [...] Porque tem muitas meninas que pegam e mandam e-mail pra autora, sabe? E brigando com o canal, aquela coisa toda... Aí elas falam assim: "Gente, vocês têm que entender que a novela não foi feita pros brasileiros. A novela é feita pro país lá, pro pessoal de lá, não é pra nós aqui. Nós somos enxeridas de tar assistindo, mas que não é pra nós, é pra eles lá." É o costume deles, é as leis deles, é tudo diferente, né? (Ana, telespectadora brasileira).

---

<sup>133</sup> Repetiremos a identificação dos telespectadores ao longo da análise dos aspectos extra-trama.

<sup>134</sup> Em 20 de março de 2020, o presidente Recep Tayyip Erdogan retirou a Turquia da Convenção de Istambul, um tratado internacional que visa combater a violência contra a mulher. A decisão gerou protestos por todo o país.

Um desses grupos do Facebook estende suas atividades para o Instagram.<sup>135</sup> Lá, além de atualizações referentes ao próprio grupo, é postado conteúdo sobre o contexto televisivo turco diariamente. A intenção é disseminar informações sobre produções, atores e, às vezes, sobre a Turquia em geral, já que são frequentes as dúvidas sobre questões como a ausência de beijos nas narrativas turcas e as dinâmicas da indústria.<sup>136</sup> O perfil do grupo já acumula mais de 82 mil seguidores.

Alguns telespectadores, sobretudo os brasileiros mais jovens, também utilizam o Twitter para se conectar com o universo da ficção televisiva turca. Pela nossa observação, a pequena comunidade de fãs que usavam a rede social para compartilhar conteúdo sobre as produções turcas cresceu vertiginosamente depois da estreia da série de comédia romântica *Sen Çal Kapımı* em julho de 2020. Sofia, atendente de telemarketing de 18 anos que vive no Rio Grande do Sul, inicialmente descobriu a ficção televisiva turca através da mãe, que fazia parte de grupos no Facebook. Por isso, quando começou a assistir *Sen Çal Kapımı*, sua mãe já estava muito mais familiarizada com as comunidades online do que ela. Mas foi no Twitter, até então pouco explorado pelos telespectadores das produções turcas, que Sofia encontrou outras meninas de sua idade que também gostavam de *Sen Çal Kapımı*. Alice, microempresária na faixa dos 19-25 anos e moradora do Rio de Janeiro, é usuária de longa data do Twitter, mas sequer sabia que existiam outros telespectadores de ficção televisiva turca lá: “Na minha cabeça, eu achava que novelas turcas, por serem menos conhecidas, elas não tinham fandom. [...] Então eu assistia algumas séries turcas sem entrar no Twitter ainda. Eu fui entrando esse ano.” Hoje, ela exalta a diversidade de faixas etárias nas comunidades online: “Olha, é muito lindo, porque esse fandom, ele tem muita diferença de idade. Você tem uma menina de 16 anos conversando com você, depois tem uma mulher que já é mãe, já é casada, então... Eu acho que essa é a diferença, e isso que deixa o lugar muito bom também.” Sofia relatou que, mesmo que os telespectadores presentes no Twitter sejam em geral mais jovens, tem uma conhecida de 70 anos na rede social.

Facebook, Twitter e outras redes sociais promovem a interação entre os telespectadores ao ponto de serem construídas amizades. Fernanda, professora na faixa

---

<sup>135</sup> Entrevistamos a administradora do grupo e ela pediu que o nome não fosse revelado.

<sup>136</sup> Informação obtida em entrevista com a administradora do grupo, que também é a pessoa responsável por criar o conteúdo para o Instagram.

dos 33-39 que vive no Maranhão, fez amigos por todo o Brasil e também em outros países:

[...] amizade verdadeira, próxima, de se dar assim, de gritar qualquer necessidade, eu tenho umas dez, de vários lugares do Brasil. A gente é tão íntimas de saber coisas assim que eu acho que até quem tá lá do lado não sabe. De ganhar presente, de uma mandar presente pra outra, pra gente fazer nosso grupinho, de fazer vídeo-chamada também, já sabe de cada uma... Tenho amizade também com gente de fora do Brasil [...]

Emilia, a partir de um grupo no Facebook, desenvolveu afinidade com três telespectadoras argentinas que acompanhavam a telenovela *Esposa Joven*. Juntas, elas criaram um grupo no WhatsApp e, depois de três anos de contato, as discussões já não se limitam à ficção televisiva turca. Segundo Emilia, elas se tornaram grandes amigas e conversam até mesmo sobre a família e outros assuntos pessoais. Elas só não chegaram a se conhecer pessoalmente por conta da distância que as separa.

Já Isabel, contadora de Montevideo na faixa dos 47-53 anos de idade, administra uma página dedicada ao ator turco Engin Akyürek e organiza encontros presenciais com as admiradoras do ator. Em 2018, elas fizeram uma viagem juntas para a Turquia em grupo de cerca de 30 pessoas. Claudia, agrônoma na faixa dos 54-60 anos que vive em Montevideo, foi na viagem e contou que lá encontraram mais telespectadoras de ficção televisiva turca: “Também foram da República Dominicana, foram da Argentina... Daqui fomos umas 30 e depois reunimos com muitas outras.”

A página de Isabel, além de promover a interação entre telespectadores, conecta os telespectadores com o ator Engin Akyürek ao publicar conteúdo sobre sua vida e carreira. Mas os telespectadores também vão direto à fonte e seguem os perfis dos próprios atores. É o caso de Ana, que acompanha de perto os atores de *Sen Çal Kapımı* e de outras produções que gosta: “O ator, o casal principal, são uns amores, eles sempre tão fazendo live, né. Eu sigo eles, quando eu gosto das novelas, eu sigo todos eles, os casais principais, as pessoas que me chamam a atenção, eu adiciono e vejo eles no Instagram também.” Ana frisou ainda que muitos desses atores se posicionam em favor dos direitos das mulheres nas redes sociais. Rita, que acompanha principalmente o ator Kivanç Tatlıtuğ, comentou sobre o posicionamento dele: “Outro dia eu assisti um vídeo com ele, dele defendendo a natureza, ele faz parte de uma ONG lá de defesa dos animais, da natureza, então ele é meio politicamente correto.”

Essas diferentes formas de interação social mostram algumas das reconfigurações na experiência de identidade dos telespectadores a partir das narrativas. Ainda que as narrativas sigam a estrutura melodramática com a qual brasileiros e uruguaios já estão

habituaados e retratam valores com os quais muitos se identificam, elas também introduzem novos códigos e regras que fazem parte da cultura turca. A repetição ensina os telespectadores a entender e falar essa linguagem (MARTÍN-BARBERO; MUÑOZ, 1992), mas, mesmo assim, parecem existir lacunas entre a linguagem turca e a gramática latino-americana. Para aprender a gramática das narrativas turcas mais a fundo e preencher essas lacunas, os telespectadores contam com o suporte dos diálogos e trocas que as redes proporcionam através da criação de um espaço público de intermediação (BRIGNOL; COGO; MARTÍNEZ, 2019). Esse processo, facilitado pelas reestruturações provocadas pelas tecnicidades, resulta em “novas linguagens, novos modos de expressão, de textualidades e escrituras” (LOPES, 2018, p. 57). Logo, a bagagem adquirida interfere em outras esferas da vida cotidiana dos telespectadores, contribuindo para a expansão de gêneros comunicativos ritualizados que derivam da cultura histórica e das narrativas (SILVA; BASEIO, 2019). Na sequência, examinaremos mais uma forma através da qual as narrativas turcas se inscrevem no dia-a-dia dos telespectadores brasileiros e uruguaios: assistindo à ficção televisiva turca online.

#### 7.2.2.2. PRÁTICAS DE CONSUMO

Enquanto Facebook, Twitter, Instagram e WhatsApp são usados para discutir a ficção televisiva turca e compartilhar conteúdo relacionado a ela, o Telegram é utilizado pelos telespectadores brasileiros<sup>137</sup> para assistir às séries turcas. Grupos de voluntários se encarregam de um complexo processo que envolve a tradução, legendagem e distribuição de episódios em canais<sup>138</sup> do Telegram integrados com outras redes sociais.<sup>139</sup> O resultado é um extenso e atualizado catálogo de títulos que podem ser assistidos dentro do

---

<sup>137</sup> Vale destacar que telespectadores de países falantes do português, como Portugal, Moçambique e Angola, também integram essas comunidades.

<sup>138</sup> Os canais do Telegram são ferramentas que permitem transmitir mensagens com texto, imagem ou vídeo para grandes audiências. Eles são diferentes de grupos, já que só os administradores têm o direito de postar. Como no YouTube, os usuários podem se tornar “inscritos” do canal e receber notificações sempre que houver novas mensagens.

<sup>139</sup> Na subseção anterior, citamos um grupo que publica conteúdo sobre a ficção televisiva turca no Instagram. Esse mesmo grupo distribui episódios legendados no Telegram, administra um grupo privado e uma página pública no Facebook, divulga *trailers* legendados no YouTube e no Twitter, e produz conteúdo para o TikTok. Outros grupos operam de maneira similar.

aplicativo do Telegram utilizando apenas um celular ou computador com acesso à internet. Hoje, maior canal no Telegram conta com quase 100 mil inscritos.<sup>140</sup>

A disponibilidade de ficção televisiva turca no Telegrama atraiu tanto pessoas que já assistiam às telenovelas na televisão quanto pessoas que nunca tinham tido contato com as produções da Turquia. Rita faz parte do primeiro grupo: ela conheceu as telenovelas turcas no final de 2017, quando a Band começou a exibir *Amor Proibido (Aşk-ı Memnu)*. Por conta do seu interesse, ela entrou em grupos do Facebook. Em um desses grupos, Rita descobriu a possibilidade de assistir às telenovelas que tanto gostava pela internet via Telegram, e aprendeu sozinha a utilizar a ferramenta.

O segundo grupo, que é mais numeroso,<sup>141</sup> conheceu a ficção televisiva turca pelas redes sociais e serviços de streaming. Luiza estava procurando um filme no YouTube, e, por acaso, encontrou *Ezel*, que foi exibida pela Band entre 2016 e 2017. Depois de *Ezel*, ela assistiu à *Fatmagul e Mil e uma noites* no YouTube, e à *Intersection* na Netflix. Por curiosidade, ela buscou por grupos e páginas no Facebook, e encontrou um dos grupos que disponibiliza as séries legendadas. Luiza contou que acompanhou todas as mudanças do grupo, como a migração para o Telegram por conta das restrições impostas pelo YouTube.

A experiência dos telespectadores foi fortemente impactada pelo consumo online de ficção televisiva turca. Anteriormente, discutimos o processo de adaptação às séries legendadas e na duração original, mas essas não foram as únicas transformações. A disponibilidade das séries no Telegram facilita a adoção de novos hábitos, como o assistir a vários episódios em sequência, assistir à mesma série mais de uma vez e assistir a episódios com amigos virtuais. Além disso, se estabelece uma noção de instantaneidade que a televisão e os serviços de streaming não são capazes de proporcionar: produções que demorariam anos para chegar ao Brasil – ou que nunca chegariam – estão disponíveis nos canais do Telegram apenas algumas horas depois da exibição na Turquia.

Graças ao Telegram, a ficção televisiva turca acompanha Ana durante grande parte do dia. Ela confessou que às vezes se sente tão envolvida por algumas séries que lava a louça e cozinha com o celular ao lado para não precisar parar de assistir. Dessa forma, ela consegue ver vários episódios seguidos. Fernanda contou que também adota a

---

<sup>140</sup> Número consultado em 15 de junho de 2021. No final de maio, canal contava com quase 150 mil inscritos, mas ele foi removido pelo Telegram, obrigando o grupo a criar um novo canal.

<sup>141</sup> Com base nos dados que coletamos por meio do questionário online.

prática do *binge-watching*, mas geralmente durante os finais de semana: “Vamos supor assim, no máximo eu passo três dias sem olhar. No máximo. Mas fim de semana é sempre. Eu entro no meu mundo ali, e tchau, filhos, só me vejam domingo à noite.” Nas noites de quarta-feira, Fernanda assiste aos novos episódios de *Hercai* com as amigas.

Assistir em grupo foi uma prática mencionada pelos telespectadores mais jovens. Sofia e as amigas costumavam fazer chamadas no aplicativo Discord<sup>142</sup> semanalmente para assistir aos episódios de *Sen Çal Kapımı* ao vivo – e em turco. Ela explicou que, depois, assistia aos episódios novamente com as legendas. Alice destacou que o aplicativo Rave<sup>143</sup> também é usado com esse propósito, e perfis no Twitter postam traduções do que está acontecendo em tempo real.

Ana, que acompanha a série de drama *Emanet*, não assiste com amigas, mas assiste a série ao vivo em turco e, mais tarde, assiste novamente com legendas em português quando o episódio é disponibilizado no grupo do Telegram. Como *Emanet* é uma série diária, ela repete esse processo todos os dias, o que explicita a importância que a ficção televisiva turca tem em seu cotidiano.

No Uruguai, o uso do Telegram não é expressivo. Mas, mesmo as telenovelas turcas estando disponíveis na televisão, a maioria dos telespectadores uruguaios relataram utilizar o YouTube ou o Facebook para consumir ficção televisiva turca.<sup>144</sup> Alguns consomem de maneira relativamente similar aos telespectadores brasileiros, mas outros se limitam a utilizar a internet como um “complemento” para a televisão. É o caso de Claudia, que só recorre ao YouTube quando perde algum capítulo. Juana, contadora de Montevideo na faixa dos 61-67 anos, usa o YouTube quando as telenovelas da televisão são exibidas muito cedo, porque não consegue conciliar seus horários com a programação.

O consumo online da ficção televisiva turca reforça o papel das tecnicidades na recriação e visibilização das narrativas (SILVA; BASEIO, 2019). Como apontado por Lopes (2018, p. 57): “A tecnicidade não é da ordem do instrumento, mas da ordem dos saberes, da constituição de práticas produtoras de inovações discursivas, dos modos de

---

<sup>142</sup> Aplicativo que permite a criação de servidores com até 250 usuários para trocar mensagens de áudio, texto e vídeo. Inicialmente, o Discord foi projetado para as comunidades de jogos online.

<sup>143</sup> Aplicativo de celular que permite ao usuário assistir vídeos, filmes e séries com amigos e desconhecidos.

<sup>144</sup> Vale ressaltar que isso pode estar ligado ao fato de que localizamos grande parte dos entrevistados uruguaios justamente nas redes sociais.

percepção social.” Para concluir esta análise, discutiremos uma última maneira através da qual as narrativas, atravessadas pelas tecnicidades, reconfiguram as identidades.

### 7.2.2.3. DESENVOLVIMENTO PESSOAL

Antes, Alice não fazia nada além de trabalhar, por isso ela reconhece a transformação que a ficção televisiva turca representou em sua vida:

Vou ser bem sincera, com a pandemia, elas melhoraram muito o meu dia a dia. Melhoraram muito. Porque antes eu não fazia absolutamente nada além de trabalhar. Então, com as séries turcas, você conhecendo uma outra cultura, uma língua diferente, uma música diferente, costumes diferentes, não tem como você não estar, como posso falar, adquirindo, e sabendo coisas novas.

O aprendizado do idioma turco foi citado por quase todos os entrevistados. Alguns inclusive relataram estar estudando de maneira formal, como é o caso de Carol: “[...] no final de agosto, comecei a estudar turco. Então, além de ser entretenimento, também tá sendo estudo, né? Escuta, entonação de algumas palavras, essas coisas.” Isabel e Susana também estão estudando turco. A motivação de Susana é viajar novamente para a Turquia, desta vez para morar por um tempo no país.

A ficção televisiva fomenta o turismo na Turquia (KHAN; WON, 2020), e os depoimentos dos telespectadores comprovam esse fenômeno chamado de “turismo midiático” (REIJNDERS, 2016). Claudia contou que, em sua viagem para a Turquia, visitou a casa onde funcionava o restaurante da personagem Fatmagul. Isabel foi à Balat, bairro de Istambul onde é filmada a série de ação *Çukur*. As duas se encantaram pelo país.

A viagem de Lucas também incluiu visitas aos cenários onde as séries foram filmadas. Com o conhecimento adquirido sobre a Turquia através do turismo e das informações encontradas na internet, ele sintetizou o processo de apropriação das narrativas: “Não é simples você decodificar a novela turca. Você precisa de uma espécie de alfabetização antes de assistir.” Essa “decodificação” ocorre a partir da articulação das mediações das narrativas, das identidades, e das redes, que, reestruturadas pelas tecnicidades, redefinem fronteiras geográficas e simbólicas e reorientam modos de leitura e de produção de conhecimento a partir da ficção televisiva turca. Assim, embora a identificação com o melodrama seja fundamental no processo de recepção, outros aspectos passam a dialogar com os telespectadores, ampliando suas práticas, ritos, códigos e linguagens e reconfigurando suas identidades.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em pouco mais de cinco anos, a ficção televisiva turca se tornou um fenômeno na América Latina. Tamanho sucesso chama a atenção não só porque a região é o berço das telenovelas, mas também porque os países latino-americanos e a Turquia parecem ter muito pouco em comum. No entanto, as produções de ambas as origens compartilham uma similaridade: o melodrama. Por isso, nos propusemos a investigar como os elementos melodramáticos das narrativas da ficção televisiva turca são percebidos e apropriados pelos telespectadores brasileiros e uruguaios a partir da teoria das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2013).

Nosso caminho em direção à recepção da ficção televisiva turca se iniciou com uma revisão do histórico e das características do melodrama. Aqui, ressaltamos que, embora o gênero seja considerado “inferior” desde o seu nascimento, ele sobreviveu ao longo dos séculos: por todo o mundo, surgiram e continuam surgindo formatos derivados do melodrama. É essa ubiquidade que possibilita que telespectadores situados nos mais variados contextos compreendam as fórmulas e arquétipos do gênero (LA PASTINA; STRAUBHAAR, 2005).

Na Turquia, a *dizi* é uma dessas ramificações do melodrama clássico. Fizemos um mergulho nos antecedentes do formato, e observamos que a indústria televisiva turca intencionalmente foca na universalidade do melodrama para atingir o público internacional (YESIL, 2015). A estratégia parece ser eficiente, já que a ficção televisiva turca ultrapassou a zona de influência da Turquia e chegou a destinos geograficamente e culturalmente distantes, como a América Latina.

Na sequência, examinamos os contextos televisivos no Brasil e no Uruguai. Os dois países têm em comum a centralidade ocupada pela telenovela na identidade nacional (LOPES, 2009; VILELA, 2016), mas também ressaltamos algumas transformações. No Brasil, há um distanciamento entre as telenovelas e o melodrama clássico: o realismo e o merchandising social são características já estabelecidas da telenovela brasileira, e, nesse sentido, há um esforço de discutir temáticas ainda polêmicas, como relações homoafetivas, identidade de gênero e homofobia (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2015). Relacionado ou não a isso, o Uruguai, que historicamente importa ficção televisiva de outros países, viu o número de produções turcas na televisão crescer frente ao número de telenovelas brasileiras e argentinas (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2018).

Nos aproximamos dos telespectadores brasileiros e uruguaios aos poucos. Simultaneamente à revisão da literatura, entramos em grupos, seguimos perfis, e curtimos páginas relacionadas à ficção televisiva turca. Com isso, adquirimos o conhecimento empírico que nos ajudou nas etapas seguintes: a aplicação do questionário online e a condução de entrevistas em profundidade.

Os dados dos questionários nos ofereceram um panorama geral da recepção. Identificamos que, tanto no Brasil quanto no Uruguai, a maioria dos telespectadores são mulheres, acima dos 40 anos, com nível de escolaridade elevado, heterossexuais, e católicas ou evangélicas. Também identificamos a difusão do uso das plataformas digitais para consumir ficção televisiva, sobretudo entre telespectadores brasileiros. Além disso, obtivemos algumas pistas para entender as percepções e apropriações das narrativas turcas. Nos dois países, os telespectadores expressaram interesse pela cultura e valores da Turquia e pela maneira como o romance é retratado. Classificamos esses interesses em “fascínio pela diferença” e “resgate do amor clássico”, respectivamente, embora as duas categorias estejam conectadas à raiz melodramática: tanto as tradições turcas quanto os romances foram frequentemente descritos como “respeitosos”, denotando uma identificação com o conservadorismo típico dos “dramas da moralidade” (BROOKS, 1995).

Nas entrevistas em profundidade, pudemos explorar essas e outras temáticas mais detalhadamente. Para isso, recorremos ao último mapa das mediações proposto por Martín-Barbero (RINCÓN, 2019) e elaboramos questões que buscavam compreender o papel das mediações das identidades e das narrativas no processo de percepção e apropriação da ficção televisiva turca. Tivemos dezoito conversas com telespectadores de contextos variados, que muito gentilmente dividiram conosco suas experiências.

Durante a análise inicial das entrevistas, distinguimos dois movimentos básicos feitos pelos telespectadores dos dois países para falar da ficção televisiva turca. O primeiro movimento ia das identidades para as narrativas, usando referenciais ligados às identidades brasileira e uruguaia para descrever e opinar sobre o formato, as temáticas e as particularidades das narrativas turcas. O segundo movimento ia das narrativas para as identidades, detalhando como as narrativas turcas se incorporam à vida cotidiana. A partir disso, definimos nossos dois super-temas (JENSEN, 1998): “aspectos intra-trama” e “aspectos extra-trama”.

A análise dos aspectos intra-trama mostrou a importância da telenovela – e, conseqüentemente, do melodrama – no processo de recepção da ficção televisiva turca.

As narrativas turcas são sempre comparadas com os referenciais nacionais, visto que é essa a gramática mais fortemente associada às suas identidades. Já a análise dos aspectos extra-trama revelou um processo de desterritorialização das identidades. Por meio dos referenciais difundidos pelas narrativas turcas, os telespectadores adotam novas práticas, criam novos espaços de interação, e aprendem códigos e regras que fazem parte da identidade turca.

Os resultados chamam a atenção para a significativa identificação dos telespectadores brasileiros e uruguaios com os elementos melodramáticos das narrativas da ficção televisiva turca. Essa identificação é até mesmo maior do que com as narrativas brasileiras e argentinas, que são frequentemente criticadas. Alguns telespectadores argumentam que as narrativas turcas, ao representarem romances suaves, famílias unidas e respeito pelos mais velhos, resgatam valores aqui esquecidos. Outros mencionam que a atuação, com atores que transmitem seus sentimentos apenas com olhares e gestos, é mais intensa do que a que estamos acostumados a ver nas telenovelas latino-americanas. Ambas as justificativas apontam para elementos melodramáticos: os valores retratados nas narrativas turcas remetem ao sentimentalismo conservador e a preocupação moralizante do melodrama (OROZ, 1999), enquanto a atuação expressiva que valoriza as emoções está ligada à linguagem do excesso que caracteriza o gênero (MARTÍN-BARBERO, 2013). Por outro lado, as críticas às narrativas brasileiras e argentinas são direcionadas às inovações que buscam incorporar as mudanças culturais na matriz melodramática (VILELA, 2020).

No entanto, a preferência pelas narrativas turcas não significa que elas estão isentas de críticas. Os telespectadores negociam os significados, rejeitando a desigualdade de gênero e a violência contra a mulher existentes na sociedade turca e refletidas na ficção televisiva. Nesse processo de negociação, eles contam com o suporte das tecnicidades e das redes: os diálogos e trocas na internet familiarizam os telespectadores ao contexto turco, inclusive os conscientizando de questões culturais, políticas e religiosas que, embora não sejam retratadas nas narrativas, impactam seu conteúdo.

Por fim, observamos que as narrativas, identidades e redes, reestruturadas pelas tecnicidades, se articulam para redefinir fronteiras geográficas e simbólicas e reorientar modos de leitura e de produção de conhecimento a partir da ficção televisiva turca. Seja assistindo às produções, discutindo nos grupos, acompanhando as redes sociais de atores, estudando o idioma ou viajando para Istambul, os telespectadores brasileiros e uruguaios estão descobrindo a Turquia. Agora, cabe a nós continuar descobrindo esses

telespectadores para entender as mutações culturais que habitamos. Em meio a tantas transformações, a certeza que temos é a de que o melodrama vai continuar se reinventando.

## REFERÊNCIAS

- ABU-LUGHOD, Lila. *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
- \_\_\_\_\_. Melodrama Egípcio: uma tecnologia do sujeito moderno? *Cadernos Pagu*, v. 21, n. 21, p. 75–102, 2003.
- ALMEIDA, Naiane Batista de. *O fenômeno hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul*. 2019. 91 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, 2019.
- ALMEIDA, Heloisa Buarque. Melodrama comercial: reflexões sobre a feminilização da telenovela. *Cadernos Pagu*, n. 19, p. 171–194, 2002.
- ANAZ, Necati. The Geography of Reception: Why do Egyptians Watch Turkish Soap Operas? *Arab World Geographer*, v. 17, n. 3, p. 255–274, 2014.
- ANG, Ien. A ficção televisiva no mundo: melodrama e ironia em perspectiva global. *MATRIZES*, v. 4, n. 1, p. 83–99, 2010.
- ASHLEY, Jennifer. Chilean Television on Shifting Terrain: Movement Toward a Postnetwork Era. *Television and New Media*, v. 20, n. 5, p. 476–491, 2019.
- ASLAN, Pınar. Digital Fandom Overseas. In: DUNN, Robert Andrew (Ed.). *Multidisciplinary Perspectives on Media Fandom*. Hershey: IGI Global, 2020. p. 118–131.
- AYDOS, Serpil. Popular Culture and National Identity: A Study on University Students in Bosnia and Herzegovina who are The Magnificent Century Viewers. *Series*, v. III, n. 2, p. 63–76, 2017.
- BALABAN, Adem. The Impacts of Turkish TV Serials Broadcasted in Albania on Albanian and Turkish Relations. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, v. 2, n. 4, p. 473–495, 2015.
- BERG, Miriam. The Importance of Cultural Proximity in the Success of Turkish dramas in Qatar. *International Journal of Communication*, v. 11, p. 3415–3430, 2017.
- BRIGNOL, Liliane Dutra; COGO, Denise; MARTÍNEZ, Silvia Lago. Redes: dimensión epistemológica y mediación constitutiva de las mutaciones comunicacionales y culturales de nuestro tiempo. In: RINCÓN, Omar (Ed.). *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero*. Quito: Ediciones Ciespal, 2019. p. 187–214.
- BROOKS, Peter. *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess*. New Haven: Yale University Press, 1995.
- BUCCIANTI, Alexandra. Dubbed Turkish Soap Operas Conquering the Arab world: Social Liberation or Cultural Alienation? *Arab Media & Society*, n. 10, p. 1–7, 2010.
- BUQUET, Gustavo; LANZA, Edison; RODACOKOVICH, Rosario. Televisión abierta en Uruguay: estudio sobre la diversidad de su programación. *Friedrich Ebert Stiftung*, n. 2, p. 1–30, 2013.
- CABAÑAS, Miguel. Narcotelenovelas, Gender, and Globalization in Sin Tetas no Hay Paraíso. *Latin American Perspectives*, v. 39, n. 3, p. 74–87, 2012.
- CAZANI JÚNIOR, Luís Enrique. La suite à demain: gancho, folhetim e o romance-folhetim A Condessa de Salisbury. *Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura*, v. 19, p. 167–187, 2020.
- ÇETIN, Kumru Berfin Emre. The “Politicization” of Turkish Television Dramas. *International Journal of Communication*, v. 8, n. 1, p. 2462–2483, 2014.
- CEVIK, Senem. Turkish Soap Opera Diplomacy: A Western Projection by a Muslim. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, v. 5, n. 1, p. 78–103, 2014.

- CRUZ, Caio Amaral da. E precisa falar coreano? Uma análise cultural do k-pop no Brasil. 2016. 104 f. Monografia (Graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2016.
- DE LAURETIS, Teresa. A tecnologia do gênero. In: HELOÍSA BUARQUE DE HOLLANDA (Ed.). Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206–242.
- FERREIRA, Gabrielle Camille. O fenômeno da ficção televisiva turca: a recepção da telenovela *Fatmagul* no Brasil. 2017. 61 f. Monografia (Graduação em Comunicação) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Paraná, 2017.
- FUENZALIDA, Valerio; VILELA, Rosario Sánchez. “La vida cotidiana es la gran cantera de la ficción”: desafíos y oportunidades. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 17, n. 31, p. 318–326, 2019.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.
- HAMBURGER, Esther. Beto Rockfeller, a Motocicleta e o Engov. *Significação: Revista de Cultura Audiovisual*, v. 41, n. 41, p. 14–36, 2014.
- \_\_\_\_\_. O Brasil antenado: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- IWABUCHI, Koichi. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham: Duke University Press, 2002.
- JACKS, Nilda. Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.
- \_\_\_\_\_. Meios e Audiências II: A consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.
- \_\_\_\_\_. Meios e Audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2017.
- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Comunicação & Recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela. Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações. *MATRIZES*, v. 12, n. 1, p. 115–130, 2018.
- JENSEN, Klaus Bruhn. *News of the World: World Cultures Look at Television News*. London: Routledge, 1998.
- KHAN, Musa; PEMBECIOGLU, Nilüfer. International Audience’s Perception About the Turkish TV Serial “The Magnificent Century” In the Context of Portrayal of History and Women. *Global Media Journal TR Edition*, v. 10, n. 19, p. 216–246, 2019.
- KHAN, Musa; WON, Yong-jin. Transnationalization of TV Serials: A Comparative Study of the Exportation of Korean and Turkish TV Serials. *European Journal of Social Sciences*, v. 59, n. 2, p. 193–208, 2020.
- KRAIDY, Marwan M.; AL-GHAZZI, Omar. Neo-Ottoman Cool: Turkish Popular Culture in the Arab Public Sphere. *Popular Communication*, v. 11, n. 1, p. 17–29, 2013.
- KRAIDY, Marwan M.; CELIKKOL, Yasemin Y. The Drama of Turkish Drama in the Bulgarian Public Sphere. 2020. No prelo.
- LA PASTINA, Antonio C.; STRAUBHAAR, Joseph D. Multiple Proximities Between Television Genres and Audiences: The Schism Between Telenovelas’ Global Distribution and Local Consumption. *Gazette*, v. 67, n. 3, p. 271–288, 2005.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. *Matrizes*, v. 8, n. 1, p. 65–80, 2014.
- \_\_\_\_\_. Telenovela brasileira: Uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, v. 26, n. 26, p. 17–34, 2003.
- \_\_\_\_\_. Telenovela como recurso comunicativo. *Matrizes*, v. 3, n. 1, p. 21–47, 2009.

- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. Anuário Obitel 2015: Relações de gênero na ficção televisiva. Porto Alegre: Editora Sulina, 2015.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. Anuário Obitel 2016: (Re)Invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva. Porto Alegre: Editora Sulina, 2016.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. Anuário Obitel 2017: Uma década de ficção televisiva na Ibero-América: análise de dez anos do Obitel (2007-2016). Porto Alegre: Editora Sulina, 2017.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. Anuário Obitel 2018: Ficção televisiva ibero-americana em plataformas de vídeo on demand. Porto Alegre: Editora Sulina, 2018.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. Anuário Obitel 2019: Modelos de distribuição da televisão por internet: atores, tecnologias, estratégias. Porto Alegre: Editora Sulina, 2019.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; GÓMEZ, Guillermo Orozco. Anuário Obitel 2020: O melodrama em tempos de streaming. Porto Alegre: Editora Sulina, 2020.
- MARONNA, Mónica. La etapa fundacional de la televisión uruguaya. In: Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia, 11., 2007, San Miguel de Tucumán. Anais... San Miguel de Tucumán: Universidad de Tucumán, 2007. p. 1–13.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas globales de lo cultural. *Signo y Pensamiento*, v. XXIX, n. 57, p. 20–34, 2010.
- \_\_\_\_\_. Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.
- \_\_\_\_\_. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de (Ed.). Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006. p. 51–79.
- \_\_\_\_\_. Viagens da telenovela: dos muitos modos de viajar em, por, desde e com a telenovela. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Ed.). Telenovela: internacionalização e interculturalidade. São Paulo: Edições Loyola, 2004. p. 23–45.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia. Televisión y melodrama. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1992.
- MATRIX, Sidneyeve. The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, v. 6, n. 1, p. 119–138, 2014.
- MATTOS, Sérgio. Um perfil da TV brasileira. Salvador: A Tarde, 1990.
- MAZZIOTTI, Nora. La industria de la telenovela. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1996.
- \_\_\_\_\_. Telenovela, industria y prácticas sociales. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2006.
- MEYER, Marlyse. Um fenômeno poliédrico: o romance-folhetim francês do século XIX. *Revista Brasileira de Literatura Comparada*, v. 2, n. 2, p. 123–135, 1994.
- MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. Enunciação e discurso na telenovela: a construção de um sentido de nacionalidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41., 2008, Natal. Anais... Natal: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008. p. 1–15.
- MUTLU, Dilek Kaya. Between Tradition and Modernity: Yeşilçam Melodrama, its Stars, and their Audiences. *Middle Eastern Studies*, v. 46, n. 3, p. 417–431, 2010.
- NORBERTO SANTOS, Quiona. Um estudo sobre o consumo global de culturas locais por nativos digitais brasileiros. 2017. 79 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2017.

- OROZ, Silvia. *Melodrama: o cinema de lágrimas da América Latina*. Rio de Janeiro: Funarte, 1999.
- ÖZALPMAN, Deniz; SARIKAKIS, Katharine. The Politics of Pleasure in Global Drama: a Case Study of the TV Series, *The Magnificent Century (Muhteşem Yüzyıl)*. *Global Media and Communication*, v. 14, n. 3, p. 249–264, 2018.
- ÖZÇETIN, Burak. ‘The Show of the People’ Against the Cultural Elites: Populism, Media and Popular Culture in Turkey. *European Journal of Cultural Studies*, v. 22, n. 5–6, p. 942–957, 2019.
- PANJETA, Lejla. The Changing Soaps and Telenovela Genre: Turkish Series Impact. *Epiphany*, v. 7, n. 1, p. 137–168, 2014.
- RAPPAS, Ipek A. Celik; KAYHAN, Sezen. TV Series Production and the Urban Restructuring of Istanbul. *Television and New Media*, v. 19, n. 1, p. 3–23, 2018.
- REIJNDERS, Stijn. Stories that Move: Fiction, Imagination, Tourism. *European Journal of Cultural Studies*, v. 19, n. 6, p. 672–689, 2016.
- RINCÓN, Omar. *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero*. Quito: Ediciones Ciespal, 2019.
- ROSA, Daniela Fernandes Costa da. *O que os k-dramas querem?* 2019. 94 f. Monografia (Graduação em História da Arte) – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2019.
- SALAMANDRA, Christa. Creative Compromise: Syrian Television Makers Between Secularism and Islamism. *Contemporary Islam*, v. 2, n. 3, p. 177–189, 2008.
- \_\_\_\_\_. Past Continuous: The Chronopolitics of Representation in Syrian Television Drama. *Middle East Critique*, v. 28, n. 2, p. 121–141, 2019.
- \_\_\_\_\_. The Muhannad Effect: Media Panic, Melodrama, and the Arab Female Gaze. *Anthropological Quarterly*, v. 85, n. 1, p. 45–77, 2012.
- SANTOS, André Noro dos. *A cultura otaku no Brasil: da obsessão à criação de um Japão imaginado*. 2017. 222 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2017.
- SIFUENTES, Lírían; ZANIN, Maria Catarina Chitolina. Las identidades en el contexto de las mutaciones tecnológicas. In: RINCÓN, Omar (Ed.). *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero*. Quito: Ediciones Ciespal, 2019. p. 241–261.
- SILVA, Lourdes Ana Pereira. *Melodrama e telenovela: dimensões histórica de um gênero/formato*. In: *Encontro Nacional de História da Mídia*, 9., 2013, Ouro Preto. *Anais... Ouro Preto: Universidade Federal de Ouro Preto*, 2013. p. 1–14.
- \_\_\_\_\_. *Recepção de telenovela: a identidade em questão*. In: JACKS, Nilda (Ed.). *Meios e Audiências II*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014. p. 119–138.
- SILVA, Lourdes Ana Pereira; BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. *Narrativa(s) como estratégia(s) de comunicabilidade*. In: RINCÓN, Omar (Ed.). *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural: diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero*. Quito: Ediciones Ciespal, 2019. p. 161–186.
- SILVA, Wagner Alexandre. *Comunicação, consumo e colecionismo: produção de memórias e práticas identitárias do fã-colecionador de estátuas e dioramas bishoujo*. 2015. 99 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Marketing e Propaganda, 2015.
- SOARES, Gabriel Theodoro. *Cosplay: imagem, corpo, jogo*. 2013. 86 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2013.

- STRAUBHAAR, Joseph D. As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Ed.). *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004. p. 75–110.
- STRAUBHAAR, Joseph D. Beyond Media Imperialism: Assymetrical Interdependence and Cultural Proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, v. 9, n. December 2012, p. 37–41, 1991.
- THOMASSEAU, Jean-Marie. *O melodrama*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- UNUR, Ayşegül Kesirli. Representing Female Detectives in Turkish Police Procedurals. In: KAPTAN, Yesim; ALGAN, Ece (Ed.). *Television in Turkey: Local Production, Transnational Expansion and Political Aspirations*. London: Palgrave Macmillan, 2020. p. 125–147.
- VALVERDE, Irma Milagros Tuccio. ¿Los turcos también lloran? El turkish drama y sus similitudes y/o diferencias con la telenovela latinoamericana. 2020. 172 f. Tese (Magister en Comunicaciones) – Escuela de Posgrado, Pontificia Universidade Católica del Perú, 2020.
- VATIKIOTIS, Pantelis; ZAFER, Yoruk. Soft Power or Illusion of Hegemony: The Case of the Turkish Soap Opera “Colonialism”. *International Journal of Communication*, v. 7, p. 2361–2385, 2013.
- VILELA, Rosario Sánchez. La televisión de los noventa en Uruguay: un paisaje en movimiento. *Cuadernos del CLAEH*, v. 2, n. 104, p. 105–129, 2016.
- \_\_\_\_\_. *Sueños cotidianos: telenovela y oralidad*. Montevideo: Ediciones Santillana, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Vino nuevo en odres viejos. La matriz melodramática de la telenovela y los cambios culturales contemporáneos en las identidades de género*. *Comunicación y Sociedad*, v. 17, p. 1–23, 2020.
- WANIEZ, Philippe; BRUSTLEIN, Violette. Os muçulmanos no Brasil: elementos para uma geografia social. *Alceu*, v. 1, n. 2, p. 155–180, 2001.
- WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 1–72.
- YANARDAĞOĞLU, Eylem; KARAM, Imad N. The Fever that hit Arab Satellite Television: Audience Perceptions of Turkish TV Series. *Identities*, v. 20, n. 5, p. 561–579, 2013.
- YESIL, Bilge. *Media in New Turkey: The Origins of an Authoritarian Neoliberal State*. Champaign: University of Illinois Press, 2016.
- \_\_\_\_\_. Transnationalization of Turkish Dramas: Exploring the Convergence of Local and Global Market Imperatives. *Global Media and Communication*, v. 11, n. 1, p. 43–60, 2015.

**APÊNDICE 1 – TESES E DISSERTAÇÕES SOBRE A RECEPÇÃO DA  
TELENOVELA DESENVOLVIDAS ENTRE 2010-2019**

<b>Ano</b>	<b>Título</b>	<b>Autora/Autor</b>	<b>Instituição</b>
2019	A telenovela brasileira na relação intergeracional de imigrantes brasileiros no Japão: mediação, discursos e produção de sentido.	Suzuki, Helen Emy Nochi	USP
2018	Marcas culturais da telenovela brasileira nos mercados de Luanda	Lourenço, Augusto Alfredo	UCB
2018	Capítulos do consumo: a recepção de telenovelas brasileiras em Cuba	Dhein, Gustavo	UFSM
2018	A ficção do homem: um estudo sobre a recepção masculina de telenovelas	Rosa, Otávio Chagas	UFSM
2018	Distinção, corpo de classe e estilo de vida: “as situações que a gente passa, dentro das novelas têm”	Marques, Camila da Silva	UFSM
2018	Recepção de telenovelas, mediações sociopolíticas e gênero	Barbiero, Hellen Panitz	UFSM
2017	O conceito de família na telenovela: um estudo sobre sua recepção	Rocha, Camilla Rodrigues Netto da Costa	ESPM
2017	A realidade que se vê e a realidade que se vive: uma pesquisa de recepção sobre as representações sociais da favela e suas práticas de consumo na ficção televisiva brasileira	Alves, Virgínia Albuquerque Patrocínio	ESPM
2017	Comunicação, educação e consumo: a telenovela Lado a Lado e a questão do negro no Brasil	Barreto, Rosana Grangeiro	ESPM
2015	Vilania e homossexualidade: o personagem Félix Khoury da telenovela Amor à vida nas leituras da Comunidade LGBT na cidade de São Paulo	Cretaz, Lívia	ESPM
2014	A construção discursiva e a recepção da homoafetividade na teledramaturgia brasileira: consumo, representação e identidade homossexual	Oliveira, José Aparecido de	UMESP
2014	Retratos do brasileiro no imaginário equatoriano: um estudo de recepção da telenovela Avenida Brasil em Guayaquil	Novaes, Lizbeth Carolina Kanyat Ojeda de	ESPM
2014	Comunicação, consumo e ética: as telenovelas da Rede Globo e a construção da virtude moral evangélica	Chioccola, Fabrizio Saitta	ESPM
2015	A telenovela e a produção de sentidos de identidade brasileira no discurso de imigrantes brasileiros no Japão	Suzuki, Helen Emy Nochi	USP
2014	Mundos possíveis e telenovela: memórias e narrativas melodramáticas de mulheres encarceradas	John, Valquíria Michela	UFRGS
2014	Mediações quilombolas: Apropriações étnicas na recepção de telenovelas	Grijó, Wesley Pereira	UFRGS

2014	"Todo mundo fala mal, mas todo mundo vê": estudo comparativo do consumo de telenovela por mulheres de diferentes classes	Sifuentes, Lírian	UFRGS
2013	Comunicação, consumo e educação: os discursos sobre ciência na telenovela Morde & Assopra uma aventura interdisciplinar sobre aprender, apreender, ouvir e contar histórias	Antonacci, Andrea Celeste Montini	ESPM
2013	Telas em toda parte: um novo lugar de pesquisa da recepção de telenovela	Arruda, Neide Maria de	USP
2013	Função educativa da telenovela brasileira: do merchandising social à ação socioeducativa em Salve Jorge	Jesus, Silvia Terezinha Torreglossa de	USP
2013	Tecnicidade como mediação empírica: a reconfiguração da recepção de telenovela a partir do Twitter	Pieniz, Mônica Bertholdo	UFRGS
2012	Trilha sonora: da tv ao Youtube, mediações narrativas na telenovela Passione	Ledo, João Paulo Fagundes	PUC-SP
2012	Comunicação, educação e consumo: a circulação de práticas de consumo na intraficção e a sua apropriação por estudantes	Marcelino, Rosilene Moraes Alves	ESPM
2012	Melodrama como matriz cultural no processo de constituição de identidades familiares: um estudo de (tele)novela e bumba-meu boi: usos, consumos e recepção	Silva, Lourdes Ana Pereira	UFRGS
2011	Envelhecer com Passione: a telenovela na vida de idosas das classes populares	Wottrich, Laura Hastenpflug	UFSM
2011	Feminino velado: a recepção da telenovela por mães e filhas das classes populares	Silva, Renata Córdova da	UFSM
2010	Os efeitos de personagens LGBTs de telenovelas na formação de opinião dos telespectadores sobre a homossexualidade	Trindade, Welton Danner	PUC-SP
2010	Telenovela e a identidade feminina de jovens da classe popular	Sifuentes, Lírian	UFSM
2010	Comunicação, recepção e consumo: as manifestações culturais e sua influência na formação das identidades. Um estudo sobre as telenovelas Duas Caras (brasileira) e A Outra (portuguesa)	Abrão, Maria Amélia Paiva	ESPM
2010	Comunicação, recepção e consumo: inter-relações. O receptor/consumidor no prime time brasileiro e português	Macedo, Diana Gualberto de	ESPM

## APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO EM PORTUGUÊS

### APRESENTAÇÃO:

Olá!

Sou Gabrielle Camille Ferreira, estudante de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, e estou desenvolvendo uma pesquisa sobre a recepção das telenovelas turcas entre telespectadores brasileiros e uruguaios. Pretendo comparar como essas telenovelas são entendidas no Brasil, país em que fizeram sucesso entre um público mais restrito, e no Uruguai, onde bateram recordes de audiência.

Este questionário é a primeira etapa da minha pesquisa. Com ele, espero descobrir quem são os telespectadores das telenovelas turcas no Brasil e no Uruguai, quais são seus hábitos de consumo e como as narrativas turcas se relacionam com a vida cotidiana em cada um desses países. Mas não se preocupe: como o questionário é anônimo, sua identidade não será revelada no trabalho.

Sua participação é muito importante para o desenvolvimento da pesquisa. Então, como agradecimento, vou sortear cinco mini-pôsteres de atores turcos. Caso queira concorrer, basta preencher suas informações de contato no final do questionário. Os ganhadores poderão escolher qualquer ator para o mini-pôster.

Muito obrigada!

### PERGUNTAS:

1. Você concorda que suas respostas sejam utilizadas na pesquisa sobre a recepção das telenovelas turcas no Brasil e no Uruguai desenvolvida por Gabrielle Camille Ferreira no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná?

2. Qual seu gênero?
3. Qual sua faixa etária?
4. Qual seu grau de escolaridade?
5. Qual seu estado civil?
6. Em qual estado você vive?
7. Em qual cidade você vive?
8. Você vive em zona urbana ou rural?
9. Qual sua ocupação atual?
10. Qual sua religião?
11. Qual sua orientação sexual?
12. Você tem filhos?
13. O que você faz nos momentos de lazer?
14. Quais redes sociais você mais utiliza?
15. Quais serviços de streaming você utiliza?
16. Quantas vezes por semana você vê televisão?
17. Em que períodos você costuma ver televisão?
18. Você vê canais da TV aberta ou da TV por assinatura?
19. Quais tipos de programa de televisão você prefere?
20. Com que frequência você vê telenovelas na televisão?
21. Você prefere as telenovelas de qual emissora?
22. Com que frequência você vê telenovelas por outros meios (como Youtube, Netflix, etc)?
23. Que temáticas mais te interessam nas telenovelas?
24. Qual telenovela mais marcou sua vida?
25. Como você conheceu as telenovelas turcas?
26. Quantas telenovelas turcas você já assistiu?
27. Como você costuma assistir às telenovelas turcas?
28. Você tem amigos ou familiares que também assistem a telenovelas turcas?
29. Você assiste a telenovelas turcas acompanhado(a) de amigos ou familiares?
30. Você assiste a telenovelas/séries de outros países além da Turquia?
31. Caso você assista a telenovelas/séries de outros países, quais são eles?
32. Qual sua telenovela turca favorita? Por quê?
33. Qual sua personagem favorita de todas as telenovelas turcas? Por quê?
34. O que mais te interessa nas telenovelas turcas?

35. Quais diferenças você enxerga entre as telenovelas turcas e as telenovelas brasileiras?
36. Na sua opinião, as telenovelas turcas se aproximam da realidade vivida no Brasil de alguma forma?
37. Você já participou de encontros de fãs de telenovelas turcas?
38. Caso já tenha participado de encontros de fãs de telenovelas turcas, conte mais sobre sua experiência.
39. Você deseja fazer parte do sorteio dos cinco mini-pôsteres de atores turcos?
40. Qual o seu e-mail?
41. Qual o seu número de celular?
42. Você aceitaria ser entrevistado(a) na próxima etapa dessa pesquisa?

### APÊNDICE 3 – QUESTIONÁRIO EM ESPANHOL

#### APRESENTAÇÃO:

¡Hola!

Soy Gabrielle Camille Ferreira, estudiante brasileña de maestría en el Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal del Paraná, y estoy desarrollando una investigación sobre la recepción de las telenovelas turcas entre telespectadores brasileños y uruguayos. Mi objetivo es comparar como estas telenovelas son entendidas en Brasil, país en que tienen un público más restringido, y en Uruguay, donde son un fenómeno de audiencia.

Con este cuestionario, mi intención es descubrir quien son los telespectadores de las telenovelas turcas en Brasil y en Uruguay, cuales son sus patrones de consumo y como las narrativas turcas están relacionadas con la vida cotidiana en cada uno de estos países. El cuestionario es anónimo, entonces su identidad no será revelada en ningún momento.

¡Muchas gracias por su participación!

#### PERGUNTAS:

1. ¿Acepta usted que sus respuestas sean utilizadas en la investigación sobre la recepción de las telenovelas turcas en Brasil y en Uruguay desarrollada por Gabrielle Camille Ferreira en el Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal del Paraná?
2. ¿Cuál es su género?
3. ¿Cuál es su edad?
4. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?
5. ¿Cuál es su estado civil?
6. ¿En qué ciudad vive?
7. ¿Vive en una área urbana o rural?
8. ¿A qué se dedica?

9. ¿Cuál es su religión?
10. ¿Cuál es su orientación sexual?
11. ¿Tiene hijos?
12. ¿Qué hace en su tiempo de ocio?
13. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?
14. ¿Qué servicios de streaming utiliza?
15. ¿Cuántas veces por semana ve televisión?
16. ¿En qué periodos suele ver televisión?
17. ¿Suele ver los canales de la TV abierta o de la TV por cable?
18. ¿Qué tipos de programas de televisión prefiere?
19. ¿Con qué frecuencia ve telenovelas en la televisión?
20. ¿Prefiere las telenovelas de que canal de televisión?
21. ¿Con qué frecuencia ve telenovelas por otros medios (como Youtube, Netflix, etc)?
22. ¿Qué temáticas más le interesan en las telenovelas?
23. ¿Cuál fue la telenovela que más marcó su vida?
24. ¿Cómo conoció las telenovelas turcas?
25. ¿Cuántas telenovelas turcas ya vio?
26. ¿Cómo suele ver las telenovelas turcas?
27. ¿Tiene amigos o familiares que también vean las telenovelas turcas?
28. ¿Ve las telenovelas turcas acompañado(a) de amigos o familiares?
29. ¿Ve telenovelas/series de otros países además de Turquía?
30. Caso vea telenovelas/series de otros países, ¿cuáles son ellos?
31. ¿Cuál es su telenovela turca favorita? ¿Por qué?
32. ¿Cuál es su personaje favorito de las telenovelas turcas? ¿Por qué?
33. ¿Qué es lo que más le interesa en las telenovelas turcas?
34. ¿Qué diferencias ve entre las telenovelas turcas y las telenovelas brasileñas?
35. ¿En su opinion, las telenovelas turcas se acercan de la realidad vivida en Uruguay?
36. ¿Ya participó de encuentros de fans de telenovelas turcas?
37. Caso ya haya participado de encuentros de fans de telenovelas turcas, cuente más sobre su experiencia.
38. ¿Aceptaría ser entrevistado(a) en la próxima etapa de la investigación?
39. ¿Cuál es su correo electrónico?