
A relação das telespectadoras brasileiras com a telenovela turca Fatmagul¹

Gabrielle Camille FERREIRA²

Valquíria Michela JOHN³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Nos últimos anos, a Turquia passou a investir com força no desenvolvimento de sua indústria televisiva e logo conquistou o posto de segunda maior exportadora de ficção, atrás apenas dos Estados Unidos. O êxito foi tanto que as produções turcas conseguiram até mesmo ir além da sua esfera de influência política e alcançar o público latinoamericano. Utilizando os estudos de recepção como referencial teórico, este trabalho busca identificar e analisar os significados atribuídos à telenovela turca Fatmagul pelas telespectadoras brasileiras para compreender a popularização da teledramaturgia turca no país. Os resultados apontam para um fascínio pela cultura turca junto a uma identificação com a realidade brasileira, além de haver interesse pelo modelo melodramático, especialmente no que se refere à trajetória de superação da protagonista e aos valores conservadores apresentados.

PALAVRAS-CHAVE: telenovela; Turquia; melodrama; Fatmagul.

1 INTRODUÇÃO

Em agosto de 2015, a Rede Bandeirantes de Televisão começou a anunciar durante a sua programação a estreia de “Fatmagul – A Força do Amor”, uma telenovela de origem turca. A princípio, fiquei surpresa com a excentricidade do produto, mas, depois de uma rápida pesquisa nas redes sociais, descobri que não era nenhuma novidade: as telenovelas turcas já eram febre em toda a América Latina e, desde março de 2015, a Band já exibia “Mil e Uma Noites”, que introduziu a teledramaturgia da Turquia ao público brasileiro e estabeleceu um fandom⁴ no país.

¹ Trabalho apresentado no IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Recém-graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na UFPR. E-mail: gabriellectaf@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS). Docente permanente do PPGCOM e da graduação no Decom/UFPR; docente do curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí. Pesquisadora do grupo NEFICS (UFPR) e do grupo Monitor de Mídia (Univali). E-mail: vmichela@gmail.com

⁴ Termo utilizado para se referir à subcultura dos fãs em geral.

Fatmagul foi ao ar na Band de 31 de agosto de 2015 a 6 de abril de 2016, às 20h20, com singelas adaptações para adequar-se ao formato brasileiro, como a adoção de um subtítulo⁵, capítulos mais curtos⁶ e trilha sonora com músicas em português. Comecei a assistir despretensiosamente por curiosidade, mas logo me vi extremamente envolvida com a narrativa: a violência contra a mulher era retratada de maneira realista, apresentando os obstáculos enfrentados pela vítima para denunciar seus abusadores, lidar com a culpabilização, superar o trauma, reconstruir a vida e conquistar sua voz em uma sociedade ainda tão machista. Assim como muitas outras telespectadoras, não suportei aguardar a exibição dos capítulos na televisão e devorei Fatmagul online de uma só vez, graças aos fãs que a disponibilizavam completa no website de compartilhamento de vídeo Vimeo.

Decidi pesquisar Fatmagul como trabalho de conclusão de curso para compreender melhor a relação das demais telespectadoras com a telenovela, buscando entender os significados atribuídos à narrativa e identificando os aspectos que mais chamaram a atenção. Para isso, realizei um estudo de recepção, que, segundo definição de Jacks e Escosteguy (2005), refere-se às pesquisas acadêmicas que têm a intenção de investigar o processo de produção de sentidos dos sujeitos às narrativas midiáticas, aos gêneros, formatos e aos próprios meios de comunicação. Os resultados obtidos a partir dessa pesquisa, os quais indicam os motivos pelos quais as telenovelas turcas conquistaram tantas fãs no Brasil, serão apresentados neste artigo.

2 AS TELENÓVELAS TURCAS E FATMAGUL

Segundo Yesil (2015), a ficção televisiva turca começou a se desenvolver com maior intensidade no final da década de 1990, quando o fim do monopólio da televisão estatal permitiu o surgimento de canais comerciais e uma maior qualificação dos profissionais da área. Assim, as telenovelas brasileiras e mexicanas e as séries

⁵ O título original em turco é “Fatmagül'ün Suçu Ne?”, cuja tradução é “Que culpa tem Fatmagul?”. Ao contrário de outros países latinoamericanos, que mantiveram o nome, a Rede Bandeirantes optou por “Fatmagul – A Força do Amor”.

⁶ Enquanto os capítulos originais tinham 91 minutos de duração, a Band exibia capítulos com duração entre 20 e 30 minutos.

americanas, que compunham a maior parte da grade de programação das emissoras turcas, foram aos poucos sendo substituídas por produções locais.

O investimento em produções locais continuou forte durante os anos 2000 e, hoje, a Turquia detém a segunda colocação em exportação de ficção, tanto de lata (produto acabado) quanto de formato (roteiro), superando tradicionais produtores de telenovelas, como o México e o Brasil, e ficando atrás apenas dos Estados Unidos (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). O país conseguiu até mesmo ultrapassar sua esfera de influência política – Oriente Médio, Norte da África e Balcãs – e alcançar o tanto geograficamente quanto culturalmente distante público latino-americano.

Na América Latina, a ficção televisiva turca consolidou seu espaço em 2015. Neste ano, uma média de três telenovelas de origem turca estrearam na Argentina, Peru, México, Chile e Uruguai (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016). Além disso, foi também em 2015 que a telenovela *Fatmagul*, uma das produções turcas mais bem sucedidas desde que a indústria televisiva do país euro-asiático tornou-se mais expressiva, estreou no Brasil. A narrativa, importada por outros trinta e seis países ao redor do mundo, acompanhava *Fatmagul Ketenci*, uma jovem humilde que vivia com o irmão, a cunhada e o sobrinho em uma pequena vila litorânea na costa do Mar Egeu. Sua trajetória pacata, no entanto, foi interrompida por um crime violento: em uma noite em que *Fatmagul* foi à praia despedir-se do noivo, o pescador *Mustafa*, ela foi vítima de um estupro coletivo. A partir desse acontecimento trágico, a novela apresenta o impacto do crime na vida da protagonista e a sua luta por justiça.

Segundo dados divulgados pelo Kantar Ibope Media⁷, a exibição de *Fatmagul* no Brasil marcou uma média de 3 pontos de audiência, com picos de 5 pontos. A Rede Bandeirantes, canal que levou a telenovela turca ao ar, não alcançava esses índices no horário desde 2007, durante a exibição de *Dance Dance Dance*, produção própria da emissora. Apesar do número parecer modesto, vale lembrar que a telenovela batia de frente com a programação do horário nobre da Rede Globo e com *Dez Mandamentos*, na Rede Record, que atingiam uma média de 27 pontos e de 16 pontos, respectivamente. Nas redes sociais digitais, a presença de *Fatmagul* também era bastante forte: no

⁷ Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/conteudo/dados-rankings/audiencia-diaria-do-horario-nobre/>

Twitter⁸, por exemplo, os capítulos eram comentados em tempo real no perfil oficial da telenovela, o que fomentava a interação entre os seguidores – cada tweet contava com dezenas de retweets e replies. No Facebook⁹, havia uma página oficial com 339.210 likes e postagens que atingiam um amplo engajamento dos telespectadores, além das páginas não-oficiais e grupos, criados por fãs para debater e compartilhar ideias a respeito de Fatmagul e outras telenovelas turcas.

3 A RECEPÇÃO DE FATMAGUL NO BRASIL

O contato com os fãs de Fatmagul no Brasil se deu por intermédio dos grupos no Facebook relacionados às telenovelas turcas. Num primeiro momento, um questionário online de 16 perguntas foi compartilhado e permaneceu disponível durante três semanas, recebendo 333 respostas válidas. Em seguida, foram realizadas cinco entrevistas em profundidade com roteiro semi-estruturado via conversa de vídeo, buscando detalhar a discussão quanto à experiência individual das telespectadoras com Fatmagul e com as novelas, especialmente as turcas. As voluntárias foram:

Tabela 1 - Voluntárias para as entrevistas em profundidade

Iniciais	Faixa etária	Localização	Escolaridade
E. C.	De 26 a 35 anos	Aracaju/SE	Ensino médio incompleto
D. G.	De 36 a 45 anos	São Paulo/SP	Ensino superior completo
C. C.	De 36 a 45 anos	São Paulo/SP	Ensino superior completo
E. M.	De 56 a 60 anos	Curitiba/PR	Ensino fundamental completo
E. B.	Acima de 60 anos	Belo Horizonte/MG	Pós-graduação

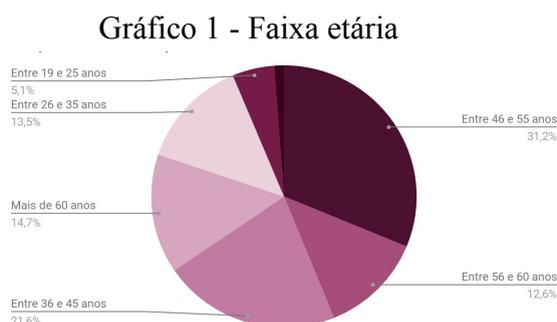
⁸ Twitter oficial da telenovela no Brasil: <https://twitter.com/FatmagulBand>

⁹ O número foi consultado em dezembro de 2016 na página oficial da telenovela no Facebook, hoje removida.

Os resultados dos questionários e das entrevistas são discutidos a seguir.

3.1 RESULTADOS

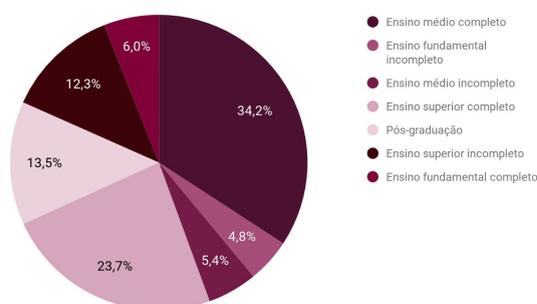
De acordo com as respostas recolhidas no questionário, a maioria das telespectadoras de Fatmagul está acima dos 36 anos: 80,1%. Dentro desse índice, a maior parte está na faixa dos 46 aos 55 anos – 31,2%.



Quanto ao sexo, a resposta foi quase unânime: 99,1% de mulheres contra 0,9% de homens, o que equivale a apenas três telespectadores do sexo masculino. A maioria feminina repetiu-se nas entrevistas em profundidade, em que todas as voluntárias eram mulheres. Este número relaciona-se com a definição industrial que categoriza as novelas como programa feminino, visto que as mulheres constituem o público mais disponível para assistir telenovelas (HAMBURGER, 2005). Essa porcentagem, no entanto, destoa significativamente dos dados apresentados pelo Anuário Obitel de 2017 em relação às telenovelas da Rede Globo: apesar do público feminino ainda compor a maior parcela de audiência, os homens formam mais de 30% do público, chegando a constituir 38,5% da audiência da novela das oito (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017).

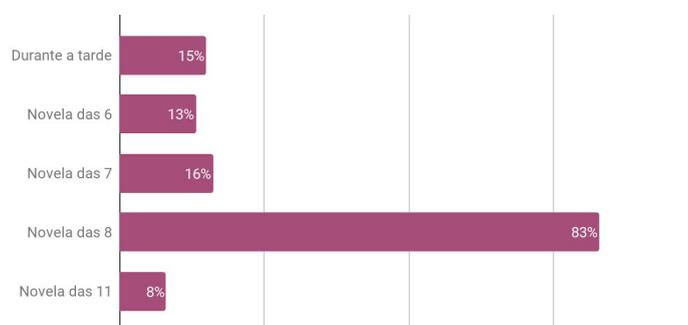
No item “escolaridade”, a maioria das telespectadoras declarou ter ensino médio completo, compondo 34,2% da porcentagem total.

Gráfico 2 - Escolaridade



Na pergunta “Você tem o hábito de acompanhar novelas?”, a alternativa “sim” foi marcada por 78,4% das pessoas que responderam ao questionário, revelando que grande parte das telespectadoras de Fatmagul estão familiarizados com o consumo desse tipo de produto. Já na questão “Em que horário costuma assistir novelas?”, que permitia assinalar mais de uma resposta, o horário mais popular foi de acordo com o esperado, tendo sido a novela das oito mencionada por 276 pessoas.

Gráfico 3 - Horários



Na pergunta “Você prefere as novelas de qual emissora?”, a Band, emissora que exibe as telenovelas turcas, foi considerada a favorita por 81,1% das telespectadoras consultadas. As segunda emissora mais citada foi a Rede Globo, mencionada por 7,2% das pessoas que responderam à pesquisa. O SBT, a Record e a alternativa “outros”, juntos somaram 11,7% das respostas. A alternativa "outros" incluiu respostas como internet, Youtube, Canal Viva e sem preferência.

Nas entrevistas em profundidade, a preferência pela Band foi unânime. O SBT foi citado brevemente por três das entrevistadas, que exprimiram seu interesse pelas

novelas mexicanas e infantis da emissora, enquanto as novelas da Rede Globo foram referidas com certa aversão, como explicita a fala de C. C.: “As novelas da Globo, pra mim, sei lá, ficou tão artificial, sei lá. Sinceramente, não me agrada. Não gosto. Eu acho que novela tem que ser novela. As que passam no SBT, que a maioria é mexicana, realmente, é uma novela. Dramalhão e tal.” A opinião deixou clara a preferência da telespectadora pelas narrativas com a estrutura melodramática mais tradicional, característica das telenovelas turcas e mexicanas. E. C., também fã de telenovelas estrangeiras, reforçou esse posicionamento negativo em relação às telenovelas da Rede Globo: “As novelas da Globo, eu não gosto não. Não é educativa. Muito espiritismo, muito sexo, como é que se diz, muitas mensagens sobre homossexualismo, aí eu não gosto.” Para E. C., as telenovelas da Globo são “pornográficas”, enquanto as turcas transmitem os valores tradicionais em relação à criação dos filhos e respeito aos mais velhos. A fala de D. G. também sugeriu uma preferência pelas representações mais conservadoras da família e do amor, das quais as produções nacionais têm propositalmente se distanciado nos últimos anos:

“O núcleo familiar, as novelas representam muito, não digo essas novelas atuais da Globo, de hoje em dia, mas as novelas da Globo de antigamente também tinham muito isso, o núcleo familiar, as histórias amorosas, coisas mais do cotidiano. Acho que a última novela que eu vi assim que mostrou bem o cotidiano da família foi aquela Avenida Brasil. Acho que foi a última novela que eu acompanhei da Globo.”

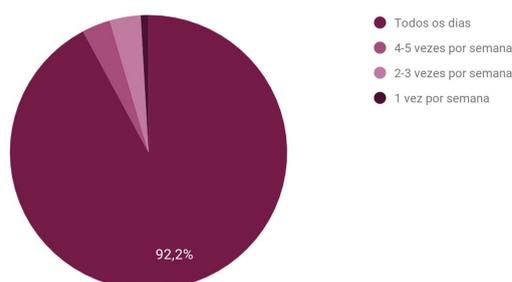
Conforme exposto no Anuário Obitel 2016 (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2016), as telenovelas brasileiras, principalmente da Rede Globo, têm buscado representar cada vez mais ações socioeducativas. Em 2015, narrativas da emissora discutiram diversas questões ainda consideradas polêmicas na sociedade, como identidade de gênero, relações homoafetivas e homofobia.

No entanto, apesar dos posicionamentos mais conservadores das entrevistadas, todas as cinco mostraram-se muito conscientes do problema do machismo, tanto na sociedade turca quanto no Brasil, e destacaram a necessidade de intensificar a luta pelos direitos da mulher, conforme indica a fala de E. C.: “A gente tem o direito de usar o que

a gente bem entender, não dá o direito de um homem se aproximar da gente pela nossa roupa, pelo nosso comportamento, por qualquer outra coisa.”

Na pergunta sobre o contato prévio com as produções turcas, 72,6% declararam que já haviam assistido à outra telenovela da Turquia antes de Fatmagul. Este dado se repetiu nas entrevistas de profundidade, nas quais quatro das cinco mulheres revelaram ter tido seu primeiro contato com as novelas turcas com a exibição de Mil e Uma Noites, por meio da qual ficaram sabendo de Fatmagul, sugerindo a existência de uma fidelização a estas narrativas. Outra informação que reforça essa ideia é o acompanhamento da telenovela: 92,2% das pessoas consultadas declararam acompanhar a exibição de Fatmagul diariamente.

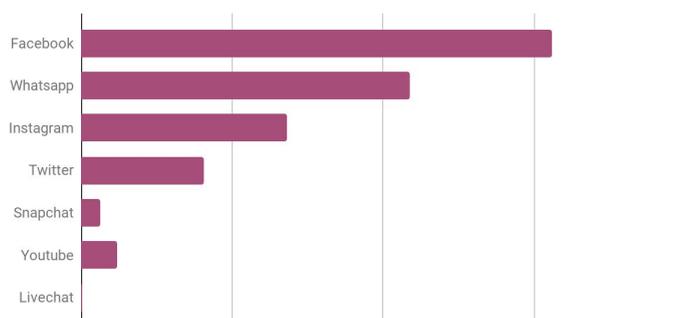
Gráfico 4 - Acompanhamento



Em relação ao consumo digital de Fatmagul, 73,5% das pessoas que responderam ao questionário afirmaram ter assistido capítulos de Fatmagul online. Esta consolidação da conexão entre televisão e internet é tratada no Anuário Obitel de 2017 (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017), que enfatiza que a evolução de plataformas virtuais permitiu um grande aumento da variedade do conteúdo disponível, o que pode ser exemplificado pelo volume de ficções turcas encontradas online atualmente. No caso das mulheres selecionadas para as entrevistas de profundidade, todas declararam ter assistido Fatmagul e outras telenovelas, séries e filmes da Turquia online. Tanto E. C., da faixa etária entre 26 e 35 anos, quanto E. B., com idade acima de 60, tiveram experiências semelhantes com o consumo digital de Fatmagul.

Na pergunta seguinte, que questionava quais as redes sociais digitais utilizadas pelos entrevistados, o Facebook recebeu maior parte das respostas, com 94% do total. Esse número, no entanto, foi de certo modo direcionado, visto que os questionários foram distribuídos nessa mesma rede social.

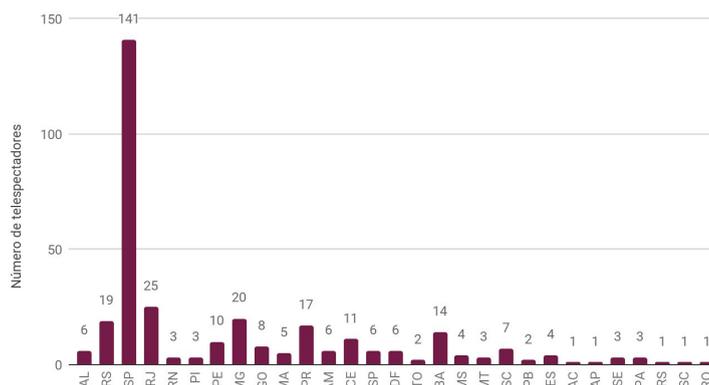
Gráfico 5 - Redes sociais digitais mais utilizadas



Na questão "Você assistiu a outras telenovelas turcas depois de Fatmagul?", 91,9% das pessoas consultadas responderam afirmativamente, confirmando a fidelização do público dessas narrativas.

As duas primeiras questões abertas do questionário online perguntavam a localização dos telespectadores – cidade e estado. A maioria estava no estado de São Paulo, totalizando 141 dos entrevistados. Os números de telespectadores nos demais estados pode ser visto no gráfico a seguir:

Gráfico 7 - Estados



A terceira pergunta aberta questionava qual tinha sido a última novela acompanhada pelos entrevistados. A própria Fatmagul foi a resposta dada por 104 pessoas. Já Sila, a telenovela que a sucedeu na Band, foi a resposta que mais se repetiu, tendo sido mencionada 118 vezes, enquanto a também turca Ezel, que substituiu Sila, foi citada por 86 telespectadoras. Dez pessoas responderam que a última novela que assistiram foi Olene Kadar, produção da Turquia disponível apenas online. Telenovelas de outras emissoras foram mencionadas, mas representaram números pouco expressivos: A Lei do Amor (8), Os Dez Mandamentos (3), Novo Mundo (3), A Escrava Isaura (2), Rock Story (2), Velho Chico (2) e Haja Coração (1). Ainda sobre este item, é importante pontuar que o número de respostas ultrapassa 333 porque algumas das participantes citaram mais de uma novela.

A pergunta aberta seguinte era “Qual o seu personagem favorito de Fatmagul?”. O controverso mocinho da trama, Kerim, foi o mais citado, totalizando 259 pessoas que o têm como personagem predileto. Quanto à protagonista, Fatmagul, somaram-se 98 pessoas que a consideram a personagem mais querida. Outros personagens citados foram Meryem (12), Mukkades (4), Rahmi (2) e Mustafa (1). Novamente, deve-se observar que soma desses números ultrapassa 333, já que algumas pessoas responderam mais de um personagem favorito. A maioria destas, vale ressaltar, citou o casal Kerim e Fatmagul.

Na última questão aberta, que perguntava que aspecto mais tinha despertado interesse na novela, as respostas foram variadas, incluindo a história de superação da protagonista, o romance casto do casal principal, o viés social e a oportunidade de conhecer uma cultura diferente. Os aspectos que mais se destacaram entre os motivos para a apreciação de Fatmagul são frisados a seguir.

3.2 MATRIZ MELODRAMÁTICA CLÁSSICA

Segundo Thomasseau, o melodrama, que nasceu na França do início do século XVII, “é um gênero teatral que privilegia primeiramente a emoção e a sensação” (1984, p. 139). De acordo com Martín-Barbero (1997), o melodrama procurava estabelecer uma nova moralidade através de suas narrativas maniqueístas e redução valorativa dos

personagens a arquétipos de “bons” e “maus” ou “opressores” e “vítimas”. Para isso, o autor descreve que as narrativas seguiam uma estrutura básica:

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, 1997, p. 168)

Essa estrutura melodramática foi posteriormente reproduzida em outros produtos culturais, como nas produções das primeiras décadas que sucederam o surgimento da telenovela no Brasil.

Fatmagul resgata a matriz melodramática em uma série de aspectos: a figura da vítima perseguida, que supera todo o sofrimento, injustiças e obstáculos criados pelos vilões com pureza e firmeza aos seus princípios, a busca por justiça e a moralidade conservadora (THOMASSEAU, 1984). Algumas das falas das telespectadoras que ilustram o interesse por esses elementos podem ser lidas a seguir¹⁰:

“Acho que a novela foi muito detalhista. Ela esmiuçou toda a vida da Fatmagul, tudo o que ela viveu foi esmiuçado em detalhes, então mostrou passo-a-passo a recuperação, a superação, o crescimento dela, o amadurecimento, o que aquele sofrimento causou, o impacto que causou na vida dela, toda a mudança na vida dela.” - C. C.

“O que eu gostei mais é de como o autor conseguiu tirar de uma coisa muito triste, uma tragédia na vida de um ser humano, como ele conseguiu fazer isso uma coisa leve, de uma forma otimista, de uma forma que você consiga, por pior que tenha sido uma coisa que aconteceu na sua vida, se você tiver amor, se você for acolhida, se você tiver quem te apoie, você consegue dar a volta por cima, entendeu? Eu acho que é uma lição, a novela tem uma mensagem muito bonita. Não se entregar, não se desesperar, é que ela teve alguns personagens que ajudaram ela, a família, né, o apoio que ela teve, foi primordial, né, pra ela conseguir esse recomeço.” - D. G.

¹⁰ As falas em que não aparecem as iniciais são provenientes dos questionários, cujas respostas foram anônimas. .

“Depois de ter sua vida destruída, ela encontra apoio para superar, consegue ressurgir para o amor e por final dá vozes a outras mulheres que sofreram violência e a justiça é feita.”

“A trama que ocorreu com a protagonista e a justiça alcançada com muita luta e dor, a superação da protagonista, mesmo tendo lido o drama real e sabendo que o final não foi tão lindo como a novela ilusória, mas mostra para as vítimas do estupro que nunca devem se calar diante de quem quer que seja, pois a justiça está aí para nos auxiliar na luta contra quem nos atinge.”

Já a representação do amor em *Fatmagul* é feita de uma perspectiva diferente da usual: não trata-se de um amor-paixão, que, segundo Thomasseau (1984), é considerado uma falta contra a razão e o bom-senso dentro da ética melodramática e é reservado aos vilões, mas de uma relação construída de maneira sutil e gradativa. *Fatmagul* é forçada a casar-se com Kerim, que era colega dos estupradores e estava presente na noite do crime, e, a princípio, sente total repulsa do marido. Entretanto, aos poucos, Kerim conquista a confiança da esposa com sua fidelidade, carinho e respeito, aspectos refletidos em cenas leves e discretas. Algumas das falas das telespectadoras são destacadas a seguir:

“E as novelas turcas, ela mostra um respeito, assim, ela te leva a imaginar o que vai acontecer, mas não mostra explicitamente o que era aquilo, entendeu? Não precisa mostrar, desculpa a palavra, o ator com a bunda de fora, entendeu? Você imagina que aquilo aconteceu.” - E. B.

“O fato de levar os espectadores a sentirem o romantismo puro sem aquela apelação/exposição a que se está acostumado nas novelas brasileiras.”

*“O amor e a dedicação com a qual *Fatmagul* era tratada por Kerim, um homem paciente e muito tenro, coisa que não vemos mais nos dias de hoje.”*

A identificação com o modo como o amor do casal protagonista foi representado em *Fatmagul* reproduz uma ideologia dominante e vai ao encontro com o que salienta Andrade (2003, pp. 83-84):

As representações de amor elaboradas nas telenovelas fornecem modelos, estruturas que refletem um “deve ser” das relações amorosas entre homens e mulheres. Elas impõem um discurso verídico sobre a natureza do amor, construindo uma concepção das paixões como um dom eterno e imutável. O amor ainda é nas telenovelas a força mágica, a-social, que transforma a pastora em princesa e a besta em príncipe encantado.

A partir disso, nota-se que, ao mesmo tempo em que houve mudanças no tratamento de temas como sexualidade, relações de gênero e estrutura familiar nas telenovelas atuais, há um movimento oposto que rejeita essas transformações e busca resgatar a representação da moral e valores conservadores, característicos das primeiras décadas das telenovelas no Brasil.

3.3 CULTURA DO OUTRO

O interesse pela cultura turca foi um dado que chamou a atenção na pesquisa. As respostas trouxeram curiosidade por características tanto culturais quanto sociais, principalmente em relação ao tratamento das mulheres e a questão do estupro no país.

“Eu acompanhava algumas outras séries turcas, porque desde pequena eu tinha verdadeira paixão por conhecer a Turquia. Esse ano eu consegui realizar esse meu sonho de mais de 50 anos. Fui à Istambul, fui à Turquia, a Turquia me surpreendeu. Fui à Grécia também, mas a Turquia é deslumbrante, apaixonante, é maravilhosa.” - E. B.

“[...] quando eu descobri que a novela era turca, pensei “ah, vou acompanhar”, porque eu gosto da cultura. Aí eu assisti Mil e Uma Noites e engatei na Fatmagul. Eu realmente achei muito linda, eu gosto muito de música árabe, música turca [...]” - D. G.

“Retrato cultural de um povo de uma das regiões mais antigas e interessantes da Terra. O Brasil não tem relações culturais com o mundo oriental, exceto pelo Japão com os animes, então é interessante novelas do tipo passarem na TV aberta.”

Essas falas indicam uma confirmação do argumento de Hall (2005, pp. 77-78) a respeito da articulação entre a cultura global e a local:

[...] ao lado da tendência em direção à homogeneização global, há também uma fascinação com a diferença e com a e com a mercantilização da etnia e da “alteridade” Há, juntamente com o impacto do “global”, um novo interesse pelo

“local”. A globalização (na forma de especialização flexível e da estratégia de criação de nichos de mercado), na verdade, explora a diferenciação local.

As narrativas turcas realizaram essa articulação de maneira notável: para atingir os mercados estrangeiros que têm pouco ou nada em comum com a Turquia, a indústria televisiva do país investe intencionalmente na abordagem de temas universais aliada à ênfase em aspectos culturais pontuais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tanto os questionários quanto as entrevistas em profundidade indicaram que grande parte dos telespectadores adotou as novas tendências de consumo digital com a exibição de *Fatmagul*, passando a associar televisão e internet. Esse resultado vai ao encontro da definição apontada no Anuário Obitel 2017 para o novo cenário da audiência da ficção televisiva nesta década: “[...] aumento de consumo de ficção televisiva via internet, elevado uso das redes sociais relacionado a programas televisivos, recepção de TV em múltiplas plataformas e fragmentação da audiência.” (LOPES; OROZCO-GÓMEZ, 2017, p. 120)

A fragmentação da audiência mencionada por Lopes e Orozco-Gómez também pôde ser observada nesta pesquisa, já que os resultados demonstraram que o público das telenovelas turcas não é o mesmo das novelas da Globo. Detectou-se que os telespectadores de *Fatmagul* são mais conservadores e que têm preferência por produtos que representem seus valores morais, fortemente associados à matriz melodramática das telenovelas.

Há também a presença de aparentes paradoxos: apesar do fascínio pela cultura do outro, refuta-se aspectos como o estupro e projetam-se as problemáticas sociais, especialmente a questão da violência, para o cenário brasileiro. Esta característica reforça a afirmação de Hamburger (2005) de que a novela, por resultar da relação entre produtores e receptores, acaba incorporando uma gama de significados possíveis.

No cenário atual de mudanças na forma de consumo somadas à globalização, a realização deste trabalho ressalta a importância de estudar-se não só a ficção televisiva nacional, mas também as narrativas vindas de fora, já que estas têm cada vez mais

espaço no Brasil. A expectativa é a de que outros fenômenos atípicos como os das telenovelas turcas sejam explorados, de modo a continuar acompanhando as rápidas e constantes mudanças no campo da comunicação.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Roberta. **O fascínio de Scherazade: os usos sociais da telenovela**. São Paulo: Annablume Editora, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado: a sociedade da novela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

JACKS, Nilda.; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo; OROZCO-GÓMEZ, Guillermo (orgs.). **(Re)Invenção de Gêneros e Formatos da Ficção Televisiva: Anuário Obitel 2016**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo; OROZCO-GÓMEZ, Guillermo (orgs.). **Uma década de ficção televisiva na Ibero América: Anuário Obitel 2017**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

THOMASSEAU, Jean-Marie. **O Melodrama**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1984.

YESIL, Bilge. **Transnationalization of Turkish dramas: Exploring the convergence of local and global market imperatives**. *Global Media and Communication*, n. 11, 43-60, 2015.