EL ÉXITO INTERNACIONAL DE LAS TELENOVELAS TURCAS

ANDREA CHAMORRO

Politóloga especializada en relaciones internacionales en las regiones de África y Turquía (@AndreaChamorroG)

En una década Turquía ha pasado a conocerse por otro negocio aparte del de los trasplantes capilares, las telenovelas. Este producto de entretenimiento, llamados dizi en turco, se han vendido a 146 países y han sido vistas por 600 millones de personas y la pandemia de COVID-19 ha aumentado su demanda. Aunque por el momento no tiene presencia en las grandes pantallas, casi todos los países del continente europeo compran los derechos de emisión de los dizi a excepción de Alemania ya que la inmigración turca ya las sigue con varios años de antelación vía satélite y en versión original.

Telenovelas a nivel interno y externo

A nivel interno de Turquía, las telenovelas

rivalizan con el futbol por la hegemonía televisiva y para el Gobierno suponen un aliado incómodo ya que, aunque tengan que ceñirse a las estrictas líneas que marca por el ejecutivo de Erdogan, las telenovelas intentan empujar los límites al máximo posible. Al mismo tiempo se han convertido en un recurso enormemente eficaz de *soft power* (poder blando) para exportar la marca Turquía y mejorar la imagen del país de cara al exterior, algo que el Gobierno turco necesita ya que es una cuestión imperativa aumentar las inversiones y potenciar sectores como el turismo para que haya una recuperación de la economía nacional.

El *soft power* es un concepto acuñado por Joseph S. Nye que se define como la capacidad de influir o hacer que otros se plieguen a los intereses propios, pero utilizando unos tipos de poder diferentes al económico y al militar (que son calificados como poder duro). Estos pueden ser la cultura, los medios digitales o el entretenimiento. Las telenovelas se han convertido en una de las joyas de la corona del *soft power* de Turquía y que no dudan en explotan al máximo.

La industria de los *dizi* posee un tamaño difícil de calcular, pero solo las telenovelas que se exportan al exterior superan las 150.

A pesar de que los argumentos de los *dizi* y los personajes son bastante prototípicos, no todas las telenovelas son iguales. Por una parte, existen *dizis* más afines a las ideas del Gobierno o que incluso son promocionados por el mismo para expandir su ideología, Por otra parte, existen otros con una línea narrativa más irreverente que a veces levanta dolores de cabeza al Gobierno de Erdogan. La sociedad turca está conectada con el mundo, sabe lo que ocurre en el exterior, y el propio país actúa como bisagra de varias zonas geográficas por lo que el cosmopolitismo es un rasgo inevitable. La industria de las telenovelas se basa en una competencia feroz por lo que los productores no pueden ignorar ese nicho de mercado y producir solo telenovelas conservadoras. Por este motivo hay que hacer importantes diferenciaciones ya que no son siempre propaganda gubernamental.

A nivel internacional, la industria de las telenovelas turcas se ha posicionado como el segundo mayor distribuidor de productos audiovisuales después de Estados Unidos y rivaliza con otros fenómenos culturales de masas como Bollywood y el K-Pop, sobretodo en el mercado norteamericano. Los *dizi* son

vistos hasta en países con los que Turquía posee una relación tensa como es el caso de Grecia, lo cual llega a suponer incómodo para determinados sectores de esos países. En los países en los que se emiten las telenovelas se puede observar un incremento del interés en Turquía, lo cual supone importantes beneficios políticos y económicos.

Los *dizi* tratan de rodar lo máximo posible en escenarios al aire libre, utilizando el estudio solo cuando es necesario. En las escenas aparecen localizaciones históricas, sobre todo cercanas a Estambul. Esta dinámica sirve por un lado para mostrar el país y exacerbar el patriotismo, pero a nivel exterior funcionan como una campaña para atraer al turismo. El periodista Andrés Mourenza señala en su artículo "Turquía: la inesperada fábrica global de telenovelas": "Desde que las series turcas entraron en América Latina, los viajes a Turquía han aumentado un 35%, principalmente de brasileños, argentinos, colombianos y mexicanos. Las series se han convertido así en una pata más de una diplomacia que conjuga la apertura de nuevas embajadas en regiones antes olvidadas por Turquía, como Latinoamérica y África"(1). Esto supone un balón de oxígeno para el sector turístico y la diplomacia que el Gobierno turco busca potenciar y que resuelta difícil llegar eficazmente.

Como dato curioso, se llega a dar el caso en el que los espectadores llegan a copiar el estilo de vida turco, aunque se encuentren al otro lado del mundo. La agencia de noticias Anadolu se hacía eco de este fenómeno en un artículo "Dioni señaló que gracias a las series turcas se dio cuenta de la importancia del té en la cultura y afirmó que ha adquirido muchos hábitos turcos en su propia casa: "Nuestros amigos nos trajeron té negro y tazas de té tradicionales, y ahora el té se ha convertido en una de las bebidas que se consumen con más frecuencia en nuestra casa"." (2)(Mourenza, 2020).

Éxito a nivel internacional: nuevos retos y oportunidades

La pregunta acerca de cuáles son las causas de que este producto audiovisual haya cosechado tanta popularidad sigue siendo objeto de debate.

Entre los motivos que se barajan está la facilidad de su consumo ya que la trama no es excesivamente compleja, los personajes son prototípicos y predecibles por lo que no se requiere una gran cantidad de atención para seguir lo que ocurre

durante el capítulo.

Otro de los motivos radica en que los productores y guionistas turcos han encontrado la fórmula perfecta para hacer tramas que enganchan con facilidad. Los acontecimientos se desarrollan de manera muy lenta pero cargados de sentimentalismo y hasta que la trama llega al punto álgido pueden pasar varios capítulos. Estas dos fórmulas tienen antecedentes en Europa y América latina donde las telenovelas tienen un largo recorrido por lo que ya había una base cultural previa.

Por último, es que es fácil empatizar con las tramas de algunas de las telenovelas ya que hacen especial énfasis en la confrontación de los valores y principios tradicionales con la corrupción emocional y espiritual del mundo moderno. Esta última narrativa se ha vendido muy bien en zonas como Asia.

Las grandes cadenas de distribución audiovisual extranjeras como Netflix han reparado en el éxito de los *dizi* y han comenzado a incorporarlas a su catálogo. Sin embargo, la plataforma tuvo momentos de tensión con el Gobierno de Turquía.
En el año 2020 la plataforma se encontraba grabando una serie en el país y la tensión se desencadenó por el hecho de que el guion tenía un personaje con una orientación homosexual, que fue vetado por el Ministerio de Cultura turco. Esto hizo que la plataforma online dejase de trabajar en Turquía dejando a un lado a un millón y medio de suscriptores (teniendo en cuenta los datos del pasado diciembre de 2020) y cinco proyectos planteados.

Esto hace que, a pesar de que sean un producto muy apetecible para las empresas extranjeras, se haga difícil de manejar ya que las empresas terminan teniendo de amoldarse a las directrices del Gobierno, lo que les resta capacidad de expansión.

Dentro del análisis de las telenovelas turcas como arma de poder blando podemos hablar del caso de España en particular.

Latinoamérica y Europa han recibido los *dizi* con entusiasmo y España no iba a ser diferente, país se han creado importantes grupos de fans. El fenómeno comenzó hace cinco años años en los que empezaron a emitirse los primeros episodios en

canales como Nova y Divinity, siendo la primera de ellas 'Fatmagül' que se convirtió rápidamente en la más vista en la historia del canal Nova.

De manera posterior, otras empresas dedicadas a los productos audiovisuales, como el grupo Atresmedia, compró los derechos de emisión de hasta siete *dizi*, entre los cuales, podemos destacar Mujer (o también denominada como Kadin), por los considerables niveles de audiencia que ha conseguido tras emitirse durante este año. De acuerdo con los datos de Dos 30', en 2020 se emitieron 3.286 horas de telenovelas turcas en España, lo que supone un incremento del 85%. En este periodo de tiempo Turquía han conseguido erigirse como el país del que proceden la mayor parte de las series de NOVA y Divinity.

España y Turquía poseen unas relaciones cordiales, teniendo en cuenta las relaciones turcas con el resto de países europeos, las telenovelas le han servido al ejecutivo de Erdogan para incorporarse un poco más a la sociedad española, mejorar su imagen frente a la población española al mismo tiempo que esta se interesa por el país del que provienen las telenovelas.

Conclusiones

Los dizi poseen varias décadas de recorrido y han cosechado un inesperado, a la vez que abrumador, éxito a nivel internacional. Por el momento, no ocupan las grandes pantallas, pero se han ganado un hueco en los televisores de cuatro continentes. A pesar de ser molestos para el Gobierno de Recep Tayyip Erdogan, no pueden ignorar el potencial que tiene este producto televisivo como arma de poder blando. Las telenovelas turcas han conseguido exportar la cultura y los modos de vida turcos, mejorar la imagen del país y abrir nuevas puertas a la diplomacia turca. Según pasan los años la industria no hace más que crecer y de acuerdo con los datos de éxito de la industria parece que esta se mantendrá durante muchos años más.

(1) https://elpais.com/internacional/2020-06-06/turquia-la-inesperada-fabrica-global-de-telenovelas.html
(2) https://www.aa.com.tr/es/cultura/las-series-de-televisi%C3%B3n-turca-que-conquistan-los-corazones-de-los-colombianos/2298889

Bibliografía:

- https://elpais.com/internacional/2020-06-06/turquia-la-inesperada-fabrica-global-de-telenovelas.html
- https://www.aa.com.tr/es/cultura/las-series-de-televisi%C3%B3n-turca-que-conquistan-los-corazones-de-los-colombianos/2298889
- Foreign Policy No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990), pp. 153-171 (19 pages) Published By: Slate Group, LLC https://www.jstor.org/stable/1148580
- https://elpais.com/television/2021-08-18/el-imperio-de-las-series-turcas-se-expande-en-espana.html
- https://www.elespanol.com/reportajes/20210220/turcos-espana-series-turcas-triunfan-no-son-reales-telenovelas-mujer-love-is-in-the-air-seo/560195432_0.html
- https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/sep/13/turkish-tv-magnificent-century-dizi-taking-over-world
- https://www.elmundo.es/f5/mira/2019/05/30/5cefde71fc6c8331168b466b.html
- https://www.dos30.com/actualidad/2021/06/16/series-turcas-la-irrupcion-de-la-ficcion-turca-en-espana/