

Telenovela, entretener y educar

Melina Ayres de la Barrera*

INTRODUCCIÓN

En una noche, como cualquier otra, encendemos el televisor con la intención de ver un capítulo de una telenovela pero lo que vemos no es ficción: estamos frente al nacimiento de una niña, un parto real dentro de una telenovela. Esto sucedió en la telenovela brasileña *Páginas de la vida*, escrita por Manoel Carlos, producida y emitida por Red Globo, de Brasil, en 2006. Este hecho lleva a pensar: ¿esto es realmente una telenovela?

Este artículo pretende discutir el estrecho límite entre ficción y realidad en las telenovelas, y la intención de educar a partir del abordaje de temáticas reales y actuales. Con este fin se seleccionaron dos telenovelas escritas por Manoel Carlos y producidas por Red Globo: *Mujeres apasionadas* (2003) y *Páginas de la vida* (2006).

La elección de estas producciones se fundamenta en la constatación de que en este tipo de telenovelas realistas es donde aparece y se representa la historia de cada día, con sus quehaceres y contingencias. La importancia de la telenovela en estos casos está dada por el retorno a la simplicidad de las historias cotidianas poco frecuentadas por el ámbito noticioso. A través de los temas abordados en estas ficciones y de sus personajes, cercanos a la gente común y corriente, es posible que la audiencia se reconozca e identifique con un mundo privado y familiar, donde se privilegian las relaciones

* Licenciada en Comunicación Social (Universidad Católica del Uruguay). Cursa la Maestría en Periodismo, de la Universidad Federal de Santa Catarina, Brasil. Investigadora y periodista.

✉ melina.ayres@yahoo.com

RECIBIDO: 24/5/2009.

ACEPTADO: 20/6/2009.

afectivas. Todas las telenovelas de Manoel Carlos poseen estas particularidades; sin embargo, en *Mujeres apasionadas* y *Páginas de la vida* estas características se exageran a tal punto que realidad y ficción muchas veces se confunden.

La narrativa de las telenovelas expresa una realidad ficcional que se inserta en una realidad social concreta. Las representaciones construidas por las telenovelas están asociadas a la vida cotidiana y al contexto social donde están inmersas. Las imágenes transmitidas están estrechamente relacionadas con el escenario de una sociedad, y rectifican y actualizan creencias y valores construidos en ella.

PERSPECTIVA TEÓRICA

Para analizar el estrecho vínculo entre ficción y realidad, y la educación a través de la telenovela, se debe recurrir a una serie de conceptos; entre ellos se destaca el de *agenda*.

Los medios plantean diariamente un conjunto de temáticas que toman de la realidad y proponen a la audiencia una agenda. Esta última es retomada y reconstruida por la audiencia. Se parte de la base de que los medios contribuyen, a largo plazo, a la construcción de la imagen de la realidad. Varios autores han estudiado este tema, entre ellos Roberts, quien afirma que: «la influencia de los *media* es postulada porque estos nos ayudan a estructurar la imagen de la realidad social, a largo plazo, a organizar nuevos elementos de dichas imágenes, a formar nuevas opiniones y creencias».¹

Una de las líneas de estudio de los efectos a largo plazo es la hipótesis de la *agenda setting*. Shaw afirma que:

La hipótesis de la *agenda-setting* no sostiene que los *media* procuran persuadir. Los *media*, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir. El presupuesto fundamental de la *agenda-setting* es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los *media*.²

Los medios o los productos mediáticos toman temas de la realidad y le ofrecen al público una lista de temáticas que debe tener en cuenta, opinar y discutir. Cada medio tiene una capacidad de *efecto* diferente. Wolf afirma que «la televisión [...] recoge de la realidad cotidiana comportamientos que elige como fuentes de su actividad comunicativa [...]. La televisión reproduce las situaciones cotidianas; representándolas, las transforma en momentos ejemplares [...] que sirven de guía en el obrar diario».³

1 D. Roberts: «The Nature of Communication Effects», (1972, p. 377), citado en Mauro Wolf: *La investigación de la comunicación de masa: Crítica y perspectivas*, Buenos Aires: Paidós, 1987, p. 161.

2 E. Shaw: «Agenda-Setting and Mass Communication Theory», (1979, p. 101), citado en Mauro Wolf: *Los efectos sociales de los media*, Barcelona: Paidós, 1994, p. 163.

3 Mauro Wolf: *Los efectos sociales de los media*, o. cit., pp. 90-91.

Vale la pena destacar que en este artículo se observará la agenda construida por las telenovelas *Mujeres apasionadas* y *Páginas de la vida* y no se remitirá a la agenda producida por el público.

El concepto de género también es muy importante para el análisis, pues supone para el emisor modelos de escritura distintos o formas de producción diferentes, y para el receptor, una orientación para su lectura. El género no implica únicamente una forma de emisión; en la comunicación el espectador es activo y crítico; el género, por lo tanto, es un contrato negociado por ambos. Según Todorov, el concepto de género supone «distintas categorías o clases en que se pueden ordenar las obras según rasgos comunes de forma y contenido».⁴

Según Nora Mazziotti,

Nadie en la industria piensa hacer un policial sin persecuciones. O una comedia sin *gags*. O una telenovela sin romance [...]. Y los públicos lo saben. Le piden al género que responda a sus reglas. [...] Pero también la rigidez de las reglas se puede romper y se incorporan motivos, temáticas, climas que vienen de otros géneros. Algo que se está produciendo cada vez más en nuestra época. [...] La telenovela constituye un buen ejemplo de cómo cambiar reglas, adaptar, parodiar, y continuar siendo una novela.⁵

El género telenovela se clasifica dentro del grupo de géneros ficcionales. Según Rosario Sánchez,⁶ este género admite la invención, la creación de un universo que no se corresponde con el real. Al ser esta una característica explícita, el receptor no la percibe como una falta a la verdad, sino como producto de la imaginación. El contrato de lectura de una ficción supone que el receptor se enfrentará a ella consciente del carácter fantasioso del producto. De todos modos, no se debe olvidar que muchas veces la ficción tiene sus raíces en el terreno de lo fáctico, y por esta razón se ha convertido en una herramienta sumamente eficaz para transmitir conocimientos y vivencias al público.

Este género reúne características que facilitan el contacto entre la ficción y la realidad. En *Mujeres apasionadas* y *Páginas de la vida*, los límites entre realidad y ficción fueron muy flexibles. El estrecho vínculo se observó no solo a través de la inclusión de temáticas reales sino también en la caracterización de sus personajes. A través de ellos se transmitieron referencias culturales, ya sea por su religión, su opción sexual, su vestimenta y sus hábitos, etcétera.

Otro concepto trascendente para este análisis es el de actualidad. La Real Academia Española la define como ‘Tiempo presente. Cosa o suceso que atrae y ocupa la atención del común de las gentes en un momento dado.’⁷ Si se toma como base esta definición, tanto *Mujeres apasionadas* como *Páginas de la vida* pueden catalogarse como telenovelas actuales; sus características así lo revelan. Ambas ficciones son urbanas, realistas y contemporáneas. Abordan hechos sencillos, presentes en el cotidiano de la vida de

4 Tzvetam Todorov: *Los géneros del discurso*, Caracas: Monte Ávila, 1996, p. 62.

5 Nora Mazziotti: *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*, Buenos Aires: Paidós, 1996, p. 13.

6 Rosario Sánchez Vilela: *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad*, Montevideo: Santillana, 2000, p. 22.

7 Información disponible en <www.rae.es> (nov. 2005).

las personas. Muestran la vida rutinaria, con situaciones cotidianas e incluso banales, teniendo como referencia el presente, el día a día del telespectador.

La actualidad se evidencia en estas telenovelas a través de tres aspectos: Primero, mediante la incorporación de «temáticas que tienen un gran interés social». Segundo, a través de «referencias verbales» aludiendo a hechos contemporáneos. Tercero, el hecho de reflejar en la historia las preferencias del público.⁸

Tanto en *Mujeres apasionadas* como en *Páginas de la vida*, Manoel Carlos exacerbó estas características a tal punto que terminaba de escribir los capítulos mientras estos se estaban grabando. Estos rasgos de sus telenovelas tienen, por un lado, una buena acogida del público. Ambas telenovelas alcanzaron récords de audiencia. Por otro lado, los actores, que no están acostumbrados a recibir el texto de sus personajes sobre la hora de grabar, se quejan a tal punto que en *Páginas de la vida* uno de ellos renunció a su papel por no soportar trabajar bajo presión.⁹

LA TELENVELA COMO HERRAMIENTA PARA EDUCAR. EL MERCHANDISING SOCIAL

Desde sus comienzos, la telenovela ha sido uno de los géneros de mayor audiencia. Según Nora Mazziotti: «[...] son muchos los registros en diversos países sobre la repercusión de este género, que hablan no solo de su importancia comercial sino también de su significación cultural y social».¹⁰ La telenovela «[...] es un fenómeno transclasista», aclara.¹¹ A esto debe agregarse que, por sus características, se genera un vínculo de identificación muy estrecho del televidente hacia la telenovela.

Los televidentes se ven fácilmente reflejados en las penurias de los protagonistas y, tal vez por eso, pueden adoptar un nuevo comportamiento de manera natural, sin sentir que están haciendo algo alejado de sus realidades. Por eso, expertos en comunicación y en salud pública buscan formas de insertar mensajes de salud y cambio de hábitos de vida en medio de lágrimas, traiciones y amores imposibles.¹²

Miguel Sabido, pionero en producción de entretenimiento con beneficio social, fue quien inició este proceso «oficialmente»:

Intenté que la televisión comercial tuviera un beneficio social a través de las telenovelas, justamente un producto que está dentro de las casas de aquellos que más necesitan informarse, mejorar sus vidas. Y demostré que podía lograrse sin resignar puntos de *rating*.¹³

8 Conceptos retomados de Rosario Sánchez Vilela, *Sueños cotidianos...*, o. cit., p. 24.

9 Información disponible en <www.folha.uol.com.br> (ago. 2005).

10 Paula Andaló: «Lágrimas, amores, traiciones... y mensajes de salud», en *Revista Perspectivas de Salud*, vol. 8, n.º 1, Organización Panamericana de la Salud, 2003. <www.paho.org>.

11 *Revista del Observatorio de Medios*, n.º 3, UTPBA, diciembre de 2004. Disponible en <www.utpba.com.ar>.

12 Información disponible en <www.paho.org> (set. 2005).

13 Información disponible en <www.ops-oms.org> (set. 2005).

Hace varios años que Red Globo incluye en sus telenovelas el *merchandising* social. En un informe anual de la productora y emisora se reveló que en 2002 se emitieron en telenovelas un total de 1138 escenas vinculadas con temas de interés social. Abordaron temáticas como el alcoholismo, la salud sexual, la donación de órganos, el uso de preservativos y el cuidado del medio ambiente, entre otros. Si esta inserción hubiera sido de *merchandising* comercial, la empresa hubiera recaudado entre R\$ 35 y 40 millones.¹⁴

Manoel Carlos, Benedito Ruy Barbosa y Gloria Pérez son algunos de los autores brasileños que se adhirieron a este propósito. «La ficción ha sido una buena aliada en momentos de aclarar cuestiones importantes para la sociedad. La telenovela como uno de los géneros ficcionales más abarcadores, debe estar atenta a esto», afirma Manoel Carlos.¹⁵

En *Mujeres apasionadas*, Manoel Carlos introdujo una campaña en pro del respeto al adulto mayor, que tuvo como objetivo sensibilizar a la audiencia y abrir camino para mostrar que en Brasil los ancianos son relegados a un segundo plano. El abordaje de esta temática trascendió el ámbito de la telenovela y aterrizó en el Congreso Nacional, donde desempolvó el proyecto de ley para crear el Estatuto do idoso, estancado hacía cinco años. Luego de la incorporación de este tópico a la ficción, este documento adquirió gran importancia en las sesiones extraordinarias de la Cámara y del Senado.¹⁶

La telenovela también incluyó entre sus temáticas a la violencia doméstica, con el objetivo de incentivar la denuncia de estos casos,¹⁷ y rescató un drama común pero poco frecuentado, el de las mujeres que aman desmesuradamente. Este tema procuró divulgar el tratamiento de la patología.

Páginas de la vida giró en torno a la historia de una niña con síndrome de Down. A través de Clara, el autor mostró las dificultades, los desafíos y la felicidad vivida tanto por la familia como por una niña con capacidades diferentes. Parece importante destacar que la actriz que representó a Clara, Joana Mocarzel, de 7 años, es portadora del síndrome de Down, lo cual fue un desafío tanto para ella como para su familia y para toda la producción de la telenovela. Sin lugar a duda, la elección de esta niña como protagonista fue esencial para alcanzar el realismo pretendido.

En esta telenovela también se abordaron el alcoholismo, la bulimia y las mejores formas de tratar a quienes los padecen, así como el racismo y la homosexualidad masculina, entre otros temas. Ello le rindió, tanto a la telenovela como a sus actores y el autor, un homenaje en el Senado brasileño.

14 Información disponible en <www.comunicarte.com.br> (ago. 2005).

15 Información disponible en <www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br> (set. 2005).

16 Martha Mendonça: «A Arte ajuda a vida», en *Revista Época*, n.º 268, Ed. Globo, julio de 2003, p. 102.

17 *Ibidem*.

La inclusión de estos temas no solo generó grandes niveles de audiencia en las ficciones de Red Globo, sino que además le otorgó reconocimiento internacional. En el año 2001 recibió el principal premio de responsabilidad social del mundo, el Business in the Community Awards of Excellence.¹⁸

EL ANÁLISIS

A partir de las premisas destacadas anteriormente, el análisis se apoyó en el texto de las telenovelas. Para observar la relación entre ficción y realidad y la intención de educar, se utilizó una metodología creada por la autora en su tesis de graduación «Nosotras, vosotras y ellas: el receptor y la construcción de agenda», en la que se analizaron las temáticas abordadas en la telenovela *Mujeres apasionadas*.¹⁹ En el presente artículo se utilizaron los resultados de esa investigación y se aplicó la misma metodología a la telenovela *Páginas de la Vida*, para de este modo comparar ambos resultados.

La metodología propuesta en «Nosotras, vosotras y ellas: el receptor y la construcción de agenda» supone el análisis del texto en varias etapas. En primera instancia se consultaron publicaciones referidas a estas producciones. Luego se realizó el visionado de todos los capítulos de ambas telenovelas, y la identificación de las diversas temáticas. Una vez relevados los temas se clasificaron según el criterio de importancia dentro de la trama. Y finalmente se produjeron los gráficos donde se traduce (visualiza) cómo fueron tratados, introducidos y vinculados entre sí los diversos tópicos. La metodología, las estrategias y las herramientas aplicadas evidencian la agenda generada producida por estas producciones.

El gráfico en sí pretendió ser un modo simple de apreciar *los movimientos* de los temas en la historia, considerando la trascendencia de cada uno de ellos en momentos precisos. Para ello fueron adjudicados cuatro niveles de importancia:

0. No aparece: el tema no es abordado en el capítulo.
1. Se nombra: alguno de los personajes nombra el tema, lo recuerda, pero no va más allá de ese recuerdo o comentario.
2. Adquiere trascendencia: es abordado por varios personajes, se muestran escenas referentes al tema.
3. Es muy trascendente: no solo se trata el tema, sino que además se dedica un tiempo considerable del relato al abordaje de aquel. Si se tiene en cuenta que un capítulo dura aproximadamente 45 minutos, se entiende por tiempo considerable cuatro o más minutos.

Para alcanzar una visión global del tratamiento de los temas se hizo necesario agrupar los capítulos cada dos semanas. Es decir, al hacer el listado de los acontecimientos diarios

18 *Ibíd.*

19 Melina Ayres, María Noel García: «Nosotras, vosotras y ellas: el receptor y la construcción de agenda». Tesis presentada como requisito para la conclusión de la Licenciatura en Comunicación Social, en la Universidad Católica del Uruguay, 2006.

se le otorgó a cada uno un puntaje por capítulo. El puntaje que fuera más reiterado en dos semanas fue el adjudicado al grupo de capítulos. Es importante hacer esta aclaración, debido a que muchas veces, por ejemplo, un determinado tópico obtuvo un nivel de importancia 0 en el gráfico. No obstante, esto no significa que en los quince días la temática no haya estado presente, sino que en la mayoría de los capítulos no apareció. De este modo quedaron configurados los gráficos que evalúan el nivel de importancia adjudicado a cada tema en un período de quince días. La única excepción dentro de este agrupamiento fue el último capítulo, que se encontró a diez días de distancia del último grupo de capítulos. Esta opción responde a la trascendencia que posee el último capítulo en las telenovelas; es allí donde todas las historias concluyen, y por ello se consideró conveniente su inclusión.

Debe observarse que, a pesar de que el análisis se apoyó en gráficos y de cierta forma cuantificó el contenido de las telenovelas, no se buscó obtener valores absolutos. El objetivo fue observar las tendencias, el entrelazamiento de las temáticas.

En el análisis del texto de *Mujeres apasionadas* se relevaron veintidós temáticas, de las cuales siete fueron de *merchandising* social. En *Páginas de la vida* se relevaron cuarenta y tres temáticas, diez de ellas de *merchandising* social. Esta situación evidencia que en la segunda telenovela se agendó un mayor número de temáticas; sin embargo, dentro de estos tópicos el abordaje de *merchandising* social se redujo. En porcentajes, 32% de las temáticas agendadas en *Mujeres apasionadas* fueron de *merchandising* social, mientras que en *Páginas de la vida*, el 23% de los temas tuvieron un fin educativo. De todos modos, a pesar de esta leve disminución continúa habiendo un alto nivel de inclusión de estos tópicos, lo que demuestra la intención de ambas telenovelas de incentivar al televidente a reflexionar. Sin embargo, debe destacarse que, a pesar de que las telenovelas en muchos casos buscaron promover la reflexión sobre algunos tópicos de interés social, el principal propósito fue divertir, ocupar el tiempo libre.

Los gráficos permitieron visualizar claramente la agenda de las telenovelas. Se comprobó que si bien existió una jerarquización temática, esta no fue estricta. Se percibió que una de las técnicas utilizadas por Manoel Carlos al narrar es la intercalación de las historias. De este modo, a pesar de que algunos temas fueran secundarios, todos ellos en algún momento fueron destacados.²⁰ Otro hecho que reafirmó la flexibilidad de la jerarquización fue la inexistencia de una relación entre el nivel de apariciones (cuántas veces fue abordado en el relato) de los distintos temas y su jerarquía.

Se distinguieron dos formas de abordaje de los tópicos: una para los de *merchandising* social y otra para los que no tuvieron fines didácticos. En su mayoría, los temas de *merchandising* social fueron introducidos en la trama como secundarios, no obstante estuvieron en el relato en forma permanente, presentando altibajos en su desarrollo. Se mostraron *encubiertos* por los demás, pero en cierto período adquirieron relevancia, marcaron una situación, alcanzaron un alto nivel de importancia y volvieron a su lugar original: el segundo plano. Este modo de abordaje hizo pensar, primero, que el autor buscó mantener el dinamismo del relato haciendo que la audiencia estuviera siempre

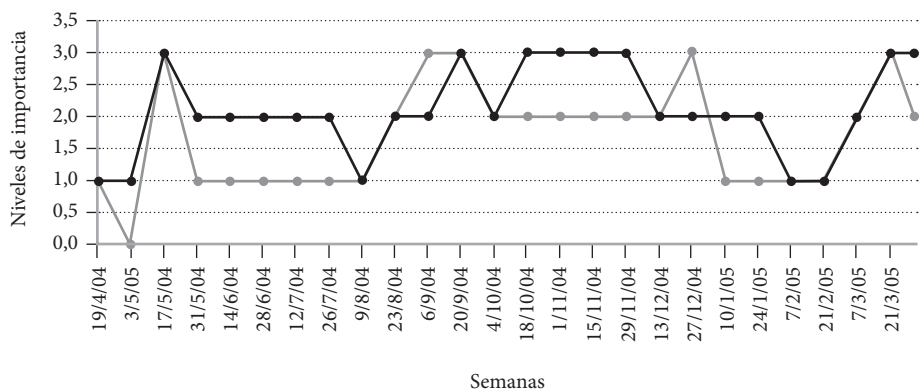
20 *Ibidem*, p. 74.

expectante; segundo, el hecho de que un tema marcara controversia y desapareciera de la trama pudo haber sido una estrategia para que la audiencia *digiriera* este tipo de tópicos sin rechazarlos. Se considera que con este modo de incluir las temáticas el autor pretendió simplemente agendar el tema, ponerlo en debate, enseñar o reafirmar algo que ya era conocido por la audiencia, pero sin profundizar demasiado.

En el caso de *Mujeres apasionadas* debe destacarse que, a pesar de que se reconoció un tratamiento «no incisivo» de los tópicos de *merchandising* social, al comparar este grupo de temáticas con el otro, se evidenció que los tópicos con finalidad didáctica obtuvieron la mayor cantidad de niveles de importancia 3. Este escenario vuelve a remarcar el real interés por impartir una enseñanza.

En *Páginas de la vida* este aspecto no se repite, ya que tanto las temáticas de *merchandising* social como las meramente ficcionales poseen prácticamente la misma cantidad de niveles 3. Otro aspecto destacable en esta telenovela es que el tema *síndrome de Down* es el centro de la historia, de comienzo a fin. Este es el único tópico que rompe con la regularidad percibida en el abordaje de los dos tipos de temas (*merchandising* social y sin fines educativos), mencionado anteriormente.

GRÁFICO 1. Comparación temática. *Mujeres apasionadas*



Ref. Niveles de importancia:

0 = No aparece. 1 = Se nombra. 2 = Adquiere trascendencia. 3 = Muy trascendente.

—●— Reencuentro amoroso: Helena-César

—●— Relación homosexual: Clara-Rafaela

En lo que se refiere a los temas sin finalidad pedagógica, en ambas telenovelas se destacan principalmente las historias de amor, clásicas del género de ficción. Estas historias actuaron como disparador, funcionaron como *las vigas que sostuvieron el edificio*, y fueron el soporte para la discusión de temáticas que fueron más allá de las relaciones amorosas. En *Mujeres apasionadas*, ejemplos claros de ello fueron la historia de Claudio y Edwiges, y la de Eloísa y Sergio. A partir de la primera se discutió el amor entre personas de distintas clases sociales y la virginidad. A través de la segunda relación se presentó la problemática de los celos enfermizos. En *Páginas de la vida* se destacan

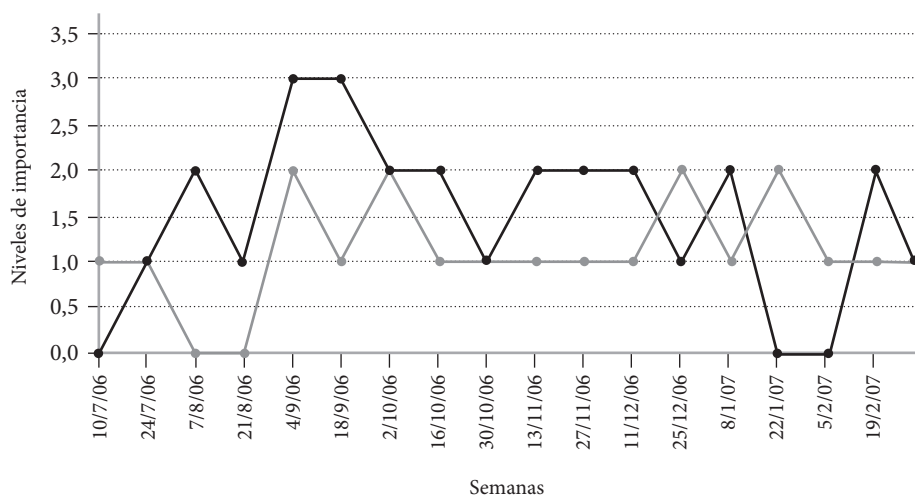
la historia de Fernanda y Leo, y la de Lavinia y Diogo. La primera pareja representa el amor apasionado entre jóvenes y el embarazo en la adolescencia. La segunda relación discute la castidad, el amor entre un hombre y una monja.

Para ejemplificar los modos de agendar de estos dos tipos de temáticas se escogieron, para este artículo, dos tópicos extremadamente diferentes en cada una de las telenovelas. Sin embargo, debe destacarse que en la investigación se analizaron todas las temáticas abordadas por ambas telenovelas.

En *Mujeres apasionadas* se destacan, por un lado, la historia de amor vivida por los protagonistas de Helena y César, y por otro, la relación homosexual entre dos adolescentes, Clara y Rafaela, un tema secundario en la trama. Ambas historias estuvieron presentes a lo largo de toda la telenovela, a pesar de que tuvieron un protagonismo distinto.

La historia de amor puede calificarse como un tema de *entretenimiento*. En un principio se presentó como eje central, pero luego fue relegada a un segundo plano. Este tema funcionó como *telón de fondo* ya que, a lo largo del relato, en una única quincena obtuvo un nivel de importancia 0, pero en muy pocas oportunidades alcanzó el nivel 3 y se concentró en los puntos 1 y 2; es decir, fue uno de los temas que estuvo siempre presente aunque fue poco trascendente.

GRÁFICO 2. Comparación temática. *Páginas de la vida*



Ref. Niveles de importancia:

0 = No aparece. 1 = Se nombra. 2 = Adquiere trascendencia. 3 = Muy trascendente.

—●— Amor maduro: Helena-Diogo

—●— Alcoholismo: Bira

La relación homosexual puede catalogarse dentro del grupo de temáticas de *merchandising* social. En primera instancia se presentó como secundaria; sin embargo, al analizar los niveles de importancia que fue adquiriendo a lo largo de la historia, esta afirmación no pareció tan obvia. La primera característica a resaltar es que este tópico estuvo presente en todo el desarrollo de la telenovela. En las primeras semanas de

emisión adquirió un nivel de importancia 1, pero luego alcanzó un nivel de importancia 3, hasta que descendió a un nivel 2 y se mantuvo en ese escalón por varios meses. Inmediatamente después ascendió a un nivel 3 y así se mantuvo entre los dos niveles de importancia más altos en casi todo el relato de la telenovela.

En *Páginas de la vida* se escogieron como ejemplo el reencuentro amoroso de Helena y Diogo, vivido por la protagonista de la trama, y la historia de Bira, un personaje totalmente secundario.

El reencuentro amoroso de Helena y Diogo puede clasificarse como tema meramente de *entretenimiento*. Helena es el personaje central de la trama; sin embargo, el centro de su historia no está en la relación que retoma con Diogo luego de varios años separados, sino en los desafíos que enfrenta para criar a su hija adoptiva Clara, portadora del síndrome de Down. Por este motivo la temática, a pesar de ser vivida por la protagonista, siempre estuvo en un segundo plano, mayoritariamente con niveles de importancia 1, y alcanzó en cuatro oportunidades un nivel de importancia 2. Aquí nuevamente se confirma que las temáticas de *entretenimiento* sirven como base de apoyo para el abordaje de temáticas de *merchandising* social.

Como temática de *merchandising* social se escogió la historia de Bira. Este personaje se vuelve adicto al alcohol cuando su mujer lo traiciona y le pide el divorcio. A partir de ese momento, el personaje que parecía completamente secundario en la trama va adquiriendo relevancia debido a la temática que aborda. Esto se ve claramente en el gráfico 2: en las primeras semanas, mientras está con su mujer y se entera de la traición, los niveles de importancia van en ascenso hasta que alcanzan el nivel 3, permanece allí durante dos semanas y luego cae al nivel 2, donde se mantendrá a lo largo de prácticamente toda la trama. El único momento en el que adquiere nivel 0 es cuando el personaje está en la clínica de rehabilitación y algunos pasos del proceso son obviados en la historia, y por tanto el personaje no aparece.

ALGUNAS APROXIMACIONES

Una de las características más marcadas de estas dos producciones fue la sobreabundancia de tópicos agendados. En primer lugar debe observarse el aumento de temáticas abordadas. En *Mujeres apasionadas* fueron veintidós y en *Páginas de la vida* fueron cuarenta y tres: la cantidad de temáticas prácticamente se duplicó en la segunda producción.

En segundo lugar debe destacarse el gran abanico de temas propuestos. En *Mujeres apasionadas* se planteó, desde la *premonición infantil* hasta el *cáncer de mama*, pasando por la *violencia en la calle* y la *liberación sexual*. En *Páginas de la vida* se habló desde la *ambición* hasta cuestiones espirituales como *apariciones después de la muerte*, pasando por el *síndrome de Down* y el *racismo*.

El abordaje de esta multiplicidad de temáticas puede ser entendido de dos maneras: por un lado, hay una mayor posibilidad de que la audiencia se identifique con alguna de ellas; por otro, esta forma de abordaje puede llevar a que el tratamiento otorgado a cada tópico en muchos casos sea superficial y provoque un impacto menor.

Ciertamente esta diversidad de historias se vio favorecida por el *movimiento* de las temáticas en la trama. Por *movimiento* se entiende la forma en que fueron desarrolladas, cómo iban siendo introducidas en el relato, cómo adquirirían importancia o decaían, y cómo fueron retiradas de la historia. De los gráficos elaborados se percibió que el abordaje de los temas fue muy particular: todos ellos en algún momento de la historia adquirieron relevancia. Cuando unos estaban con un alto nivel de importancia, otros se mantenían en niveles inferiores; cuando estos ascendían, los otros pasaban a segundo plano, y viceversa. Este constante *sube y baja* de las historias no solo permitió un amplio abanico de propuestas, sino que además le otorgó dinamismo al relato.

Del análisis del texto de la telenovela se constató que la elección del repertorio temático fue deliberada e intencional. En el caso específico del *merchandising* social, se percibió claramente el objetivo de estimular al público a reflexionar. Hubo un alto nivel de inclusión de estos tópicos. En *Mujeres apasionadas*, siete de los veintidós más importantes tuvieron una intención pedagógica. En *Páginas de la vida*, diez de los cuarenta y tres fueron de *merchandising* social; por lo tanto, se incorporó un mayor número temáticas en general; sin embargo, representativamente hubo un mínimo descenso en la incorporación de temáticas de *merchandising* social. Queda la pregunta de si esta forma de relatar las telenovelas continuará desarrollándose y si el abordaje del *merchandising* social seguirá creciendo.

Este trabajo permitió reconocer temáticas abordadas en ambas producciones. Dentro de las temáticas de *merchandising* social encontramos a la violencia en la calle, la homosexualidad (en *Mujeres apasionadas* se abordó la homosexualidad femenina, en *Páginas de la vida* la homosexualidad masculina) y el alcoholismo (En *Mujeres apasionadas* se trató el alcoholismo a través de una mujer, Santana; en *Páginas de la vida*, a través de un hombre, Bira).

Dentro de las temáticas sin fin educativo se destacan el misticismo o lo sobrenatural (en *Mujeres apasionadas*, Saleth, una niña de seis años, tiene premoniciones de que su madre morirá, y luego de que estas se cumplen, la niña ve constantemente al espíritu de su madre; en *Páginas de la vida*, Fernanda, madre de Clara y Francisco, muere en el parto y aparece en diversas oportunidades para ayudar a sus hijos, quienes pueden verla o sentir su presencia), el amor entre primos (en *Mujeres apasionadas* encontramos a Luciana y Diogo; en *Páginas de la vida*, a Marina y Rafael) y sin lugar a duda también estuvieron las historias de amor clásicas, los reencuentros, la *cenicienta*, el amor entre jóvenes, los celos o la falta de ellos y las relaciones extramatrimoniales.

Finalmente, frente a la pregunta: «telenovela, ¿entretener o educar?», puede afirmarse que la telenovela es una herramienta para entretener y educar. Entretenimiento y educación no son excluyentes. Debe destacarse el potencial pedagógico de este tipo de producción. El hecho de ser un producto masivo hace de la telenovela una herramienta poderosa. Llega a todos los hogares, sin distinción de género o clase social, con una propuesta tentadora: *entretener*. Sin embargo, lo que a simple vista parece un divertimento puede llegar a educar sin que la persona se predisponga a ello. Nadie se sienta frente a un televisor para aprender a través de una telenovela; sí podrá hacerlo, por ejemplo, frente a un informativo o documental. Por lo tanto, la telenovela introduce en forma «encubierta» mensajes educativos en su texto, de modo de que el telespectador

aprenda, muchas veces, casi inconscientemente. Esta es la intención del *merchandising* social: «presentar de un modo oculto al televidente, problemas trascendentes para la sociedad en la que está inmerso y se busca educarlo respecto a ellos». ²¹

En el caso de las dos producciones estudiadas, sus características esenciales: la cercanía a la vida diaria del espectador, el tratamiento de temáticas reales y actuales, el énfasis en lo femenino, etcétera, contribuyeron con su condición educativa.

Al observar este tipo de abordaje en las telenovelas, la pregunta: «¿qué sucede con el público?» parece eminente. En una investigación realizada por la autora sobre *Mujeres apasionadas*, ²² la agenda construida por la telenovela fue contrastada con la agenda producida por un grupo de mujeres uruguayas. El resultado fue sorprendente: las televidentes reconocieron la agenda propuesta por la telenovela al tiempo que construyeron la propia. Rescataron, de cierta manera, lo propuesto por la ficción pero lo reformularon a su propio gusto y criterio. Más allá del repertorio temático de la ficción intervinieron en esta resignificación: el factor psicológico, el de las vivencias y las experiencias personales. De los discursos se observó que, en muchos casos, estas televidentes hicieron duras críticas a algunos temas; sin embargo, aceptaron las formas de tratamiento adoptadas por considerarlas propias de la telenovela. El resultado de esta investigación comprobó que el público no solo acepta, toma y discute los temas abordados por las telenovelas, sino que muchas veces cambia su forma de pensar y actuar gracias a ellos.

A partir de esta observación puede afirmarse que la telenovela es un producto que participa activamente en la realidad del televidente. Posee una cualidad pedagógica inestimable: sus mensajes van más allá del momento preciso de la recepción y repercuten en varios ámbitos de la vida del espectador. Por consiguiente, la telenovela debería apreciarse como una excelente herramienta para transmitir valores, conocimientos y experiencias, e incentivar a la reflexión.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- ALENCAR, Mauro: *A Hollywood brasileira*, Río de Janeiro: Senac Rio, 2.ª edición, 2004.
- ANDALÓ, Paula: «Lágrimas, amores, traiciones... y mensajes de salud», en *Revista Perspectivas de Salud*, vol. 8, n.º 1, Organización Panamericana de la Salud, 2003. <www.paho.org>.
- AYRES, Melina; María Noel GARCÍA: «Nosotras, vosotras y ellas: el receptor y la construcción de agenda». Tesis presentada como requisito para la conclusión de la Licenciatura en Comunicación Social, Montevideo: Universidad Católica del Uruguay, 2006.
- «Telenovela, merchandising social y audiencia: una triple conjunción a discutir», trabajo presentado en VIII Congreso ALAIC, GT Telenovelas y Ficción Seriada, Porto Alegre, 2006.
- CERQUEIRA, Sofia: «O ficcionista da realidade», en *Revista Veja online*, Editora Abril, 5 de julio de 2006.
- CIMINO, James: «Autor de *Páginas da Vida* diz ter compromisso com a realidade», en *Folha Online*, San Pablo: Grupo Folha, 2 de junio de 2006.

21 Rosario Sánchez Vilela, *Sueños cotidianos...*, o. cit., p. 24.

22 Melina Ayres, María Noel García: «Nosotras, vosotras y ellas...», o. cit.

- COLOMBO, Furio, *Televisión: La realidad como espectáculo* Barcelona: Gilli, 1976.
- MAZZIOTTI, Nora: *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América latina*, Buenos Aires: Paidós, 1996.
- «Creer, llorar, reír», en *Revista Chasqui*, n.º 46, Quito: QUIPUS-CIESPAL, julio de 1993.
- MENDONÇA, Martha: «Usina de polémicas», en *Revista Época*, n.º 279, Ed. Globo, 22 de setiembre de 2003, p. 104.
- «A arte ajuda a vida», en *Revista Época*, n.º 268, Ed. Globo, 7 de julio de 2003, p. 102.
- ORTIZ, Renato: *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e Indústria Cultural*, San Pablo: Brasiliense, 2001.
- ROGAR, Sílvia: «Escrevo sobre o que conheço», en *Revista Veja*, n.º 1810, Ed. Abril, 9 de julio 2003, p. 75.
- ROJAS, José: «De la oralidad a la telenovela», en *Revista Chasqui*, n.º 53, Quito: QUIPUS-CIESPAL, marzo 1996.
- SÁNCHEZ VILELA, Rosario: *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad*. Montevideo: Santillana, 2000.
- TODOROV, Tzvetan: *Los géneros del discurso*, Caracas: Monte Ávila, 1996.
- VASALLO, María I.: *Vivendo com a Telenovela*, San Pablo: Summus, 2002.
- VILCHES, Lorenzo: *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona: Paidós, 1993.
- WOLF, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*, Barcelona: Paidós, 1987.
- *Los efectos sociales de los media*, Barcelona: Paidós, 1994.

Sitios web

- <www.comunicarte.com.br>
- <www.folha.uol.com.br>
- <www.globo.com>
- <www.globouniversidade.globo.com>
- <www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>
- <www.ops-oms.org>
- <www.paginasdavidaglobo.com>
- <www.paho.org>
- <www.utpba.com.ar>
- <www.vejaonline.abril.com.br>

Resumen

Cada vez más, la narrativa ficcional de las telenovelas se inserta en una realidad social concreta. Las representaciones construidas por las telenovelas están asociadas a la vida cotidiana y al contexto social donde están inmersas. Este artículo discute el estrecho límite entre ficción y realidad en las telenovelas, y la intención de educar a partir del abordaje de temáticas reales y actuales. Con este fin se seleccionaron dos telenovelas escritas por Manoel Carlos y producidas por Red Globo, de Brasil: *Mujeres apasionadas* (2003) y *Páginas de la vida* (2006).

Palabras claves: telenovela, entretenimiento, impacto social, *merchandising* social.

Abstract

Increasingly, the fictional narrative of the soap operas is inserted in a concrete social reality. The representations constructed by soap operas are associated with daily life and the social context in which they are immersed. This paper discusses the thin line between fiction and reality in soap operas and the intention of educating by dealing with real and current issues. To this end two soap operas written by Manoel Carlos and produced by Rede Globo, Brazil were selected: *Mujeres apasionadas* (2003) y *Páginas de la vida* (2006).

Keywords: Soap-opera, Brazil, entertainment, social impact, social merchandising.