
LA TELENOVELA BRASILEÑA

en el mercado internacional*

Roseli A. Figaro

En la disputa por el mercado internacional de los teledramas, Brasil ha dado pasos significativos en lo que respecta a la exportación de telenovelas.

La producción para el mercado interno es ampliamente aceptada por la mayoría de la población: llega a cubrir índices de audiencia de más del 50% en horario estelar; por lo que respecta a las producciones de la Red Globo, éstas garantizan un excelente margen de lucro o de ganancia para las emisoras, lo que permite su exportación con rentabilidad altamente competitiva.

Nuestro objetivo en este artículo se limita a llamar la atención en lo que respecta a la presencia de la telenovela brasileña en el mercado externo, única producción cultural de masas que invierte el flujo del mercado cultural nacional, abarrotado de producciones extranjeras; vamos a destacar las características específicas de estos teledramas, como hipótesis de este tan bien logrado alcance. Esperamos, ahora, que los datos que aquí se presentan y se discuten puedan contribuir a investigaciones posteriores sobre el tema.

De la novela en vivo a la creación de un lenguaje específico

A lo largo del año de 1950, cuando nacía la televisión brasileña, las voces y las imágenes de actores llevaban al aire, en vivo, la historia dividida en capítulos llamada *Sua vida me pertencece*.¹ Walter Foster fue el escritor, actor y productor de la serie. Quince años más tarde, la televisión se consolidaba en el país con el gran éxito de la telenovela *O direito de nacer*, adaptación de Teixeira Filho y Talma de Oliveira, con Amilton

Fernandes y Guy Loup, pero sólo hasta *Beto Rockefeller*, de Braulio Pedroso, transmitida por la TV Tupi entre 1968 y 69, la televisión ofrece un producto nacional con las características pertinentes a la sociedad que se modernizaba y con un lenguaje televisivo que atrapa por el ritmo y hechos de la vida cotidiana² que presenta.

La telenovela se convierte en enorme campeón de audiencia y en la principal programación televisiva de la Red de TV Globo, que surgía, en la década de los 70, como la emisora de medios brasileña más grande. Fue esa empresa la que supo diseñar mejor una estrategia en el uso de este género, al contratar para la producción de sus folletines a artistas experimentados —actores y dramaturgos que se vieron imposibilitados para continuar en el teatro a consecuencia de la censura del régimen militar; invirtieron en personal técnico y en equipos modernos; se conformó una enorme programación con telenovelas transmitidas de las 18 hasta las 20:30 horas, separadas por un noticiero,³ que volvió un hábito en la gran mayoría de la población. El formato que la telenovela adquirió a lo largo de su historia llegó, en los últimos años, a fijarse entre 180 y 200 capítulos, de 50 minutos cada uno, durante seis días a la semana de lunes a sábado: una media de 150 horas de programación.⁴

Acerca de la importancia que brinda a la televisión la presencia de cuadros técnicos y artistas de teatro y de cine, el dramaturgo Lauro César Muniz afirma:

(...) En el inicio de la década de los 70, nosotros nos lanzamos con mucha voracidad en la telenovela, buscando comunicar algo, inclusive como metáfora.⁵

Es importante señalar, una vez más, que el éxito de esa emisora no se debió solamente al acierto o adecuación de su programación con su público, sino también a otros factores; tal es el caso de la amplia colaboración que se estableció entre ella y los dos gobiernos que se sucederán a partir de 1964, principalmente con los gobiernos militares.⁶

En la enorme producción novelística que mencionamos, se encuentra una diversificación del género bastante significativa. Tenemos las comedias y melodramas tradicionales, de tramas urbanas y "sagas" rurales. Nora Mazziotti discute el estado de flujo y redefiniciones⁷ de los formatos televisivos y afirma que

(...) es imposible hablar en dos momentos estáticos o congelados de los mismos, la telenovela latinoamericana está hoy, debido a múltiples procesos interrelacionados, en una etapa de clara transformación. Es una etapa de reformulación del género en el que se ve, con mayor claridad que en otras ocasiones, que el formato de la telenovela puede abrirse e incorporar modalidades, temáticas y lenguajes provenientes de distintos formatos, no

sólo televisivos, sino más bien cinematográficos, publicitarios y electrónicos.⁸

Producciones que marcarán la reciente historia televisiva y el imaginario de la población son ejemplos de éxitos en la búsqueda de un nuevo lenguaje para la telenovela, se destacan: *O bem-amado*, *Os ossos do Barao*, *Gabriela*, *Roque Santeiro*, *Vale Tudo*, *Vamp*, *Pantanal*, *A próxima vítima*, entre otras.

Las características de la telenovela brasileña tienen su estructura calcada en los contenidos básicos de la narrativa del folletín tradicional: cierto maniqueísmo, secuencia lógica —principio, medio y fin—, final feliz, ascenso social, trama amorosa. Sin embargo, esa producción supo incorporar aspectos de la realidad cotidiana tanto de la vida rural, como de la urbana y dar realce a la presencia de hechos periodísticos que asemejan la trama de la ficción a la realidad.⁹ Las tomas de exteriores de la vida de las ciudades (las escenas de exteriores que son un marco en la diferenciación de las telenovelas nacionales), el enredo plausible de acontecimientos con cualquier persona, la presencia de personas o personajes de las columnas de sociales, los modismos culturales, los hábitos cotidianos y los problemas urbanos, son componentes característicos de la telenovela, los cuales la hacen ser un producto distinto tanto de las *soap operas* norteamericanas como de los teledramas latinoamericanos.¹⁰

Al valorar lo cotidiano y los hechos de la realidad, la narrativa de la telenovela gana en credibilidad, es más verosímil. Sílvia Simoes Borelli analiza esta peculiaridad:

La universalidad de las matrices arquetípicas y las particularidades de lo cotidiano vivido que garantizan un tono realista a la narración, son esenciales para el funcionamiento de la cultura de masas, tanto en lo que toca a productos culturales audiovisuales, como a una literatura de cuño más popular. El objetivo es garantizar un adecuado patrón de verosimilitud, fundamental en un contexto genérico realista, frecuente en el espacio narrativo de la *cultura popular de masas*.¹¹

La alteración de ritmo de la narrativa, componente distintivo fundamental de la telenovela brasileña, es una de las características que hace ganar en verosimilitud con lo cotidiano. Es un ritmo más acentuado, con tomas que comprenden de cinco a seis segundos en promedio. Esto mismo exige nitidez y claridad a las escenas, logrando que en el 65% de las tomas se visualicen apenas uno o dos personajes, facilitando, al espectador, la comprensión de la trama.¹² La cualidad técnica audiovisual es otro factor preponderante del éxito de la telenovela. Esto es posible debido a la adquisición de equipos modernos y de alta tecnología, lo que

origina mayor libertad creativa y garantiza recursos técnicos avanzados a los directores. Estos equipos resultan ser aliados importantes de la telenovela también en el sentido de acercarla al hacer cotidiano de los telespectadores. Muy pronto las tramas saldrán y ganarán las calles, para mostrar la vida de las personas de las grandes ciudades así como las del interior. Daniel Filho, uno de los más prestigiados actores y directores de televisión ya en la década de los 80 afirmaba:

(...) La técnica permitió a la novela —a través del editor electrónico de la cámara y de la TV portátiles— salir del estudio y ganar la calle. Gracias al editor electrónico, el sistema de producción de la novela se aproximó al sistema de producción del cine.¹³

Este conjunto de características garantizaron el patrón de calidad y el éxito de los teledramas. Con base en esos factores se puede afirmar, sin duda alguna, que la telenovela es el producto que ha consolidado a la televisión brasileña con lenguaje y características de la vida nacional, creó un mercado de trabajo para artistas y técnicos desde la década de los 80 y ha abierto espacio para entrar en el mercado internacional, al lograr sorprendentes resultados.

La telenovela brasileña vista en el exterior

Los inicios de comercialización de las telenovelas para el mercado exterior se remontan a 1975 con la transmisión de *Gabriela* en Portugal.¹⁴ Diez años después Portugal ya había exhibido 16 telenovelas brasileñas. La primera novela de Globo doblada al español fue *O bem-amado*, transmitida primero en Uruguay. Para 1986 estaban en exhibición en América Latina, según la información de Associated Press, 12 producciones brasileñas. Entre 1995 y 1996¹⁵ ese número alcanzaba 18 producciones, como se presenta en el Cuadro I. Pero la telenovela de mayor éxito internacional aún es *Escrava Isaura*. Los personajes de Lucélia Santos y Rubem de Falco, fueron vistos por polacos, chinos, cubanos, franceses, norteamericanos y latinoamericanos (ver el Cuadro I).

Como un producto de exportación, la telenovela pasa por un proceso de reformulación de formato, o sea condensación de capítulos. Generalmente, su exhibición se da en formatos que varían entre 50, 130, 140, y a veces hasta 160 capítulos, con duración de 30 a 50 minutos cada uno. La *Escrava Isaura*, por ejemplo, tuvo una versión de 30 capítulos de 30 minutos cada uno (ver el Cuadro II). Las características que hacen de la telenovela brasileña un producto diferenciado en el mercado internacional, permanecen. Sin embargo, se tiene gran preocupación en adecuar la

CUADRO I*
TELENOVELAS BRASILEÑAS EXHIBIDAS EN
PAÍSES DE AMÉRICA LATINA
ENTRE 1995 Y 1996

TELENOVELAS	PAÍSES
<i>Sonho meu</i>	Bolivia, Costa Rica, Guatemala, Ecuador
<i>Fera ferida</i>	Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, República Dominicana
<i>Tropicaliente</i>	Chile, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, Uruguay, Guatemala, Venezuela, Bolivia, Ecuador
<i>Vamp</i>	Chile, Paraguay, Perú
<i>Pedra sobre pedra</i>	Cuba
<i>Tieta</i>	Costa Rica, Chile
<i>Renacer</i>	Honduras, Perú, Guatemala, Nicaragua, Uruguay
<i>Mulheres de areia</i>	México, Paraguay
<i>Olho no olho</i>	Nicaragua, Paraguay, Perú, Venezuela, Bolivia, Chile, Guatemala
<i>Ti-ti-ti</i>	Panamá
<i>Sassa Mutema</i>	Panamá
<i>Vale Tudo</i>	Perú, Ecuador
<i>A viagem</i>	Venezuela, Bolivia, Chile, Ecuador, Guatemala, Uruguay
<i>Pátria Minha</i>	Bolivia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Uruguay
<i>Felicidade</i>	Ecuador, México
<i>Quatro por quatro</i>	Ecuador, Chile, Nicaragua
<i>Lua cheia de amor</i>	México, Uruguay
<i>Selva de pedra</i>	Uruguay

* Fuente: Catálogo de ventas de Globo, División Internacional (agosto 1995)

CUADRO II*
EJEMPLOS DE TELENOVELAS CON FORMATOS DIFERENTES
DE LOS ORIGINALES BRASILEÑOS

TELENOVELAS	FORMATO (número de capítulos y duración)	TÍTULO DE LA VERSIÓN
<i>Mulheres de areia</i>	130 X 50' 180 X 30'	<i>Mujeres de arena</i> <i>Secrets of the sand</i>
<i>Olho no olho</i>	130 X 50'	<i>Ojo por ojo</i> <i>An eye for an eye</i>
<i>Sonho meu</i>	90 X 50'	<i>Sueño mio</i> <i>Golden dream</i>
<i>Felicidade</i>	120 X 50' 140 X 26'	<i>Felicidad</i> <i>Happiness</i>
<i>Top model</i>	130 X 50' 180 X 26'	<i>Top model</i> <i>Top model</i>
<i>Lua cheia de amor</i>	170 X 40' 170 X 26'	<i>Dime Luna</i> <i>Love's fullest moon</i>
<i>Ti-Ti-Ti</i>	130 X 50' 160 X 26'	<i>Ti-Ti-Ti</i> <i>Ti-Ti-Ti</i>
<i>Pacto de sangue</i>	60 X 50' 90 X 26'	<i>Pacto de sangue</i> <i>Blood pact</i>
<i>Escrava Isaura</i>	30 X 30'	<i>La esclava Isaura</i> <i>Isaura-slave girl</i>
<i>Ciranda de pedra</i>	80 X 26' 50 X 30'	<i>Ronda de piedra</i> <i>Ring-round a stone</i>
<i>Baila comigo</i>	55 X 35'	<i>Baila conmigo</i> <i>Dance with me</i>

*Fuente: Catálogo de ventas de Globo, División Internacional (agosto 1995)

narrativa depurándola de metáforas o de caracterizaciones que acentúan el regionalismo o aspectos particulares de la cultura brasileña y dificultan el entendimiento del espectador extranjero.

América Latina continúa siendo el mayor comprador de productos televisivos brasileños. En los países americanos de habla española la influencia de la telenovela está bien delimitada. Hace varios años que la Red Globo mantiene fijos dos horarios diarios de transmisión de sus telenovelas en algunos de esos países. Según el mapa de exhibición proporcionado por la emisora, que ofrece datos de las novelas transmitidas y las transmisiones contratadas este agosto de 1995,¹⁶ (ver el Cuadro III), catorce telenovelas fueron transmitidas en 1995, en horario vespertino, de las 12 a las 16 horas y veintisiete novelas fueron transmitidas en horarios de las 18:30 a las 22 horas. Nótese la existencia de un caso único, en Chile, la transmisión de la telenovela *Fera Ferida* en horario de media-noche, debido, según el dramaturgo Lauro César Muniz, al todavía riguroso proceso de censura ahí existente, que considera a las telenovelas, como *Renascença*,

extremadamente fuera de los patrones de las costumbres chilenas.¹⁷

Principalmente en Perú y en Paraguay las telenovelas brasileñas fueron transmitidas en horario estelar entre la 20 y las 20:30. Esa diferenciación en los horarios de transmisión tiene que ver directamente con el perfil del público receptor, y estudios relativos a las implicaciones de ese dato son poco conocidos en el área académica.

La mayor franja del mercado internacional de programación televisiva nacional está ocupado por Red Globo, pero las demás emisoras también hacen un esfuerzo para entrar en disputa. La Red Bandeirantes, por ejemplo, vendió en el 95, a Portugal, la novela *Idade da Loba*, que consiguió 13 puntos de audiencia en RTP (Radio Televisión Portuguesa). La Manchete y el SBT (Sistema Brasileiro de Televisión) avanza en este sentido. A principios de 1997, se transmitían en Portugal: *Xica da Silva*, novela de Red Manchete; *O campeão*, de la Red Bandeirantes y *Vira lata, De corpo e alma, Quem é voce, Rei do gado* y la miniserie *O fim do mundo*, todas de la Red Globo.¹⁸

En la actualidad, prácticamente consolidado el mercado latinoamericano, Globo sigue intentando cautivar al público europeo y norteamericano con su programación. Además de las telenovelas, su catálogo ofrece los episodios de programas como *Voce Decide, TV Colosso*, y el especial de Navidad de *Roberto Carlos*, mimiserias, teleteatros y los episodios del programa *A comedia de vida privada*.

CUADRO III*
HORARIO DE EXHIBICIÓN
DE TELENOVELAS BRASILEÑAS
EN AMÉRICA LATINA

PAÍS	EMISORA	TELENOVELA	HORARIO
BOLIVIA	PUBLIDEAS SRL	<i>SONHO MEU</i>	19 Hrs
		<i>FERA FERIDA</i>	21:30 Hrs
CHILE	UNIV. CATÓLICA	<i>TROPICALIENTE</i>	14:30 Hrs
		<i>VAMP</i>	15:30 Hrs
	MEGAVISIÓN	<i>FERA FERIDA</i>	00:05 Hrs
		<i>RENASCER</i>	00:05 Hrs (exhibida en 1994)
CUBA	RTV COMERCIAL	<i>PEDRA SOBRE PEDRA</i>	21 Hrs
COSTA RICA	UNIVISIÓN	<i>SONHO MEU</i>	20 Hrs
		<i>FERA FERIDA</i>	22 Hrs
		<i>TIETA</i>	15 Hrs
ECUADOR	ECUAVISA	<i>FERA FERIDA</i>	19 Hrs
GUATEMALA	TELEVISIETE (Canal 13)	<i>FERA FERIDA</i>	22 Hrs
		<i>SONHO MEU</i>	13 Hrs
HONDURAS	CENTROAMERICANE (Canales 4 y 5)	<i>RENASCER</i>	13 Hrs
MÉXICO	TELEVISIÓN AZTECA	<i>MULHERES DE AREIA</i>	20:30 Hrs

*Fuente: Catálogo de ventas de Globo, División Internacional (agosto 1995)

CUADRO III* (continuación)
HORARIO DE EXHIBICIÓN
DE TELENOVELAS BRASILEÑAS
EN AMÉRICA LATINA

PAÍS	EMISORA	TELENOVELA	HORARIO
NICARAGUA	CANAL 2	<i>FERA FERIDA</i>	21 Hrs
		<i>TROPICALIENTE</i>	19 Hrs
		<i>OLHO NO OLHO</i>	20 Hrs
PANAMÁ	TELEVISORA NACIONAL CORPORACION PANAMEÑA	<i>TI-TI-TI</i>	14 Hrs
		<i>SASSA MUTEAMA</i>	22 Hrs
		<i>FERA FERIDA</i>	20 Hrs
		<i>TROPICALIENTE</i>	14 Hrs
PARAGUAY	TELE PARAGUAY	<i>MULHERES DE AREIA</i>	18:30 Hrs
	TV CERRO CORA	<i>VAMP</i>	13 Hrs
		<i>OLHO NO OLHO</i>	14 Hrs
PERÚ	COMPAÑÍA LATINOAMERICANA DE RADIODIFUSIÓN	<i>OLHO NO OLHO</i>	15:30 Hrs
		<i>VALE TUDO</i>	13 Hrs
		<i>VAMP</i>	19:30 Hrs
REPÚBLICA DOMINICANA	TELEANTILLAS	<i>FERA FERIDA</i>	22 Hrs
		<i>TROPICALIENTE</i>	18 Hrs
URUGUAY	SAETA TV Canal 10	<i>TROPICALIENTE</i>	18:30 Hrs
VENEZUELA	TELEVEN Canal 10	<i>OLHO NO OLHO</i>	13 Hrs
	RADIO CARACAS	<i>A VIAGEM</i>	21 Hrs
		<i>TROPICALIENTE</i>	14 Hrs

*Fuente: Catálogo de ventas de Globo, División Internacional (agosto 1995)

Presencia en Canadá y en EUA

En este rápido análisis se puede inferir que en los últimos años, desde mediados de 1996, Canadá transmitió 13 novelas de la emisora. En los Estados Unidos los canales: Portuguese Channel, RTP-USA, Full Channel, Gems Televisión, Cablevisión inc., Telemundo Group. inc., Univisión, Telemiami y Brazilian Televisión, transmitieron conjuntamente 57 telenovelas de Globo (ver Cuadro IV). Esas emisoras americanas son canales de paga, de menor alcance y de público más definido; sin embargo, son una muestra representativa de receptividad del público americano, incluso de origen latino, al igual que de ese tipo de programación. Tal hecho también merece destacar por qué las tradicionales *soap operas* americanas ya no han conseguido mantener el mismo índice de audiencia, en horario estelar, que obtenían en años pasados con series como *Dallas*, por citar un ejemplo.¹⁹

En el Continente Africano, Angola es el país que ve más telenovelas brasileñas. Aún con la guerra intestina que enfrentan, los angoleños vieron con entusiasmo 13 novelas distintas. La más reciente de ellas fue el *remake* de *Mulheres de Areia*, transmitida a las 21 horas.

La recepción y la telenovela

De los países latinoamericanos que más vieron telenovelas brasileñas, tenemos: Chile, 28 títulos; Bolivia 29; Guatemala, también 28; Ecuador 31; Uruguay 32 y Nicaragua 41 telenovelas. Sería muy interesante estudiar el caso de Nicaragua desde el punto de vista de la recepción: ¿qué tipo de papel ha desempeñado el melodrama brasileño en la vida cotidiana de los nicaragüenses y de que manera influyeron en su vida política?

Para un estudio serio de recepción se tiene que tomar en cuenta cada realidad con sus particularidades. Cada país tiene sus especificidades y, en este sentido, no cabe hacer generalizaciones además de las evidencias que varios investigadores ya apuntaron. La principal de éstas destaca como factor de identidad entre el público latinoamericano, el hecho de que las telenovelas transmitan signos pertinentes a la sociedad urbana, moderna, integrada al sistema mundial, con una clase media activa que ahora se identifica con los signos del poder, del dinero y del ascenso social; también se identifica con los trabajadores más humildes con sus valores de honestidad, solidaridad y búsqueda al sol.²⁰ Son aspiraciones concretas de las poblaciones de diferentes países latinoamericana-

CUADRO IV*
TELENOVELAS EXHIBIDAS EN CANADÁ Y EUA

PAÍS/Emisora	TELENOVELAS
CANADÁ/ MTV Broadcasting System	<i>Dancin' Days, Cambalacho, Roda de fogo, Vale tudo, Sinhá Moça, Fera radical, Rabo de saia, Corpo a corpo, Ti-ti-ti, Amor com amor se paga, Rainha da sucata, Barriga de aluguel, O dono do mundo, Mulheres de areia, A sucessora, Tieta</i>
CANADÁ/ Productions Luso-quebecoms	<i>O dono do mundo</i>
EUA/Portuguese Channel	<i>Selva de pedra, Sassa mutema, Roque Santeiro, Renascer, Roda de fogo, Fera radical, Amor com amor se paga, O astro, Vale tudo, Ti-ti-ti, Direito de amar, Guerra dos sexos, Escrava Isaura, Rainha da Sucata, Sinhá moça, Fera radical, Barriga de aluguel, O dono do mundo, Tieta, Mulheres de areia</i>
EUA/R.T.P USA	<i>Roque Santeiro, Mulheres de areia, Ciranda de pedra, Guerra dos sexos, Fera radical, Vale tudo, Ti-ti-ti, Sassa Mutema, Rainha da sucata, Barriga de aluguel, O dono do mundo, Tieta</i>
EUA/Full Channel	<i>Fera radical, Amor com amor se paga, Guerra dos sexos, Vale tudo, Roque Santeiro, Sassa Mutema, Ti-ti-ti, Cabocla, Direito de amar, Rainha da sucata, Sinhá Moça, Barriga de Aluguel</i>
EUA/GEMS Television	<i>Direito de amar</i>
EUA/Cablevision Inc.	<i>Amor com amor se paga</i>
EUA/Telemundo Group	<i>Sinhá Moça, Roque Santeiro, Felicidade</i>
EUA/ Cablevision Telemiami	<i>Riacho Doce, Rainha da sucata, Rabo de saia, Vale tudo, Ti-ti-ti</i>

*Fuente: Catálogo de ventas de Globo, División Internacional (agosto 1995)

nos que se encuentran básicamente todos en la misma situación de desarrollo y de carencias sociales.

Ya se han obtenido, al respecto, algunos resultados de investigaciones realizadas por estudiosos de varias nacionalidades, preocupados en conocer cuál es el perfil del público que ve telenovelas brasileñas. De manera aleatoria, se destacan dos ejemplos. El primero, es el estudio realizado en España, por Atadill y Gallardo, el cual apuntó a una mayor exhibición de telenovelas por la mañana y por la tarde, horario propicio para el público femenino, básicamente conformado por amas de casa. Los investigadores verificaron que la temática tratada por la ficción coincidía con lo cotidiano de los españoles, con los de la clase media, principalmente.²¹ El segundo estudio, fue realizado en la ex Yugoslavia, en 1988, por Daniela Obradović. Ella señaló una profunda identidad del público femenino con las heroínas de la telenovela brasileña: *Escrava Isaura*, con el personaje de Isaura; *Irmaos Coragem*, con el personaje de Sinhá Vitória; y *Pai herói*, con Patricia, emocionaron a las mujeres de aquel país. Tal vez ello haya sucedido, resalta la investigadora, debido a las experiencias que las mujeres sufrieron con la pérdida de seres queridos y familiares durante las guerras y disputas políticas y étnicas. Es importante señalar que dicho público tenía, en su mayoría, baja escolaridad, que variaba entre el primero y segundo grados.²²

Son los investigadores brasileños los que deben a la sociedad un estudio más ambicioso sobre la telenovela. Un adelanto a esta situación es la formación de un Grupo de Investigaciones sobre la telenovela, coordinado y compuesto por profesores doctores de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo, los que desarrollan investigaciones en forma de proyecto integrado: **Ficción y Realidad: la telenovela en Brasil, o Brasil en la telenovela.**²³ Estos investigadores analizan a la telenovela desde diversas perspectivas, desde su estructura dramática, lenguaje audiovisual, hasta su recepción. Las investigaciones se iniciaron en 1996 y tienen dos años por delante.

Estas iniciativas, aunadas a las investigaciones de recepción realizadas en los últimos años, principalmente en Colombia, con la contribución de Jesús Martín-Barbero, y en México, con los estudios de recepción e historias de vida de investigadores de la Universidad de Colima, resultan aportaciones válidas para abordar a la telenovela desde una perspectiva metodológica interdisciplinar, profundizando el conocimiento sobre la importancia de la tradicional fórmula del folletín para los diferentes grupos de población, cuando se llega ya a las puertas del siglo XXI.

Notas y referencias bibliográficas

1. Ver: Campedelli, Samira Y. *A telenovela*. São Paulo: Ática, 1985.
2. Cf. Campedelli, Samira. *Op.cit.* y Fernandes, Ismael. *Memória da telenovela brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1987.
3. En realidad el horario de la novela varía entre las 20:30 y las 21:30 horas, dependiendo de factores en la competencia con otras emisoras o del horario de los programas políticos y de las campañas electorales.
4. Cf. Pallottini, Renata. "Minissérie ou telenovela". *Comunicação & Educação*. São Paulo: ECA/USP/Moderna. no. 7, set./dez., 1996, p.71.
5. MUNIZ, Lauro César. "Nos bastidores da telenovela". *Comunicação & Educação*. São Paulo: ECA/USP/Moderna, no.4, set./dez., 1995, p. 98.
6. Ver: Marques de Melo, José. *As telenovelas da Globo*. São Paulo: Summus, 1988. Sodré, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis: vozes, 1977.
7. Nora Mazziotti se refiere al concepto retomado para este artículo de: Feur, Jane. "Genre Study and Television", en: Allen, Robert C. (org.) *Channels of Discourse, Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill & London: University of North Carolina Press, 1987, p. 116.
8. Cf. Mazziotti, Nora. "Telenovelas latino-americanas: deslocamentos na textualidade do gênero", en: Borelli, Silvia Simões. (org.) *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. São Paulo: INTERCOM/CNPq/FINEP, 1994, p. 12.
9. Ver: Kell, Maria Rita. "Três ensaios sobre a telenovela", en: Kell, Simões, I.F.; Costa, A.H. *Um país no ar: a história da televisão brasileira em três canais*. São Paulo: Brasiliense, 1986. Tilburg, João Luís. *A televisão e o mundo do trabalho*. São Paulo: Paulinas, 1990.
10. Lauro César Muniz trata esta cuestión en el documento publicado por la revista *Comunicação & Educação*. *Op. cit.*, pp. 98-100.
11. Cf. Borelli, Silvia S. "Gêneros ficcionais: matrizes culturais no Continente", en: Borelli (org.) *Op. cit.*, p. 142. * Sobre el concepto de "cultura popular de masas", la autora remite a los trabajos: Ramos, José Mário Ortiz. *Cinema, televisão e publicidade: o audiovisual e a ficção de massa no Brasil*. Doutorado. São Paulo. PUC-SP, 1990, pp. 255-261, y Canclini, Néstor G. "Ni folklórico ni masivo: ¿qué es lo popular?". *Diá-logos de la comunicación*. Lima. no. 17, jun./1987, pp. 5-11.
12. Cf. Tilburg, João Luís Van. *A televisão e o mundo do trabalho*. São Paulo: Paulinas, 1990.
13. Cf. Marques de Melo, José. *Op. cit.* p. 28.
14. *Ibidem*, p. 39.
15. Información recabada con base en el *Catálogo de ventas para América Latina —Catálogo/NATPE/95—* y *Gráfico de exhibición de novela y miniseries para Angola, América Latina, Canadá, Portugal y EUA.*, de Globo División Internacional, publicado en agosto de 1995.

16. *Catálogo de ventas para América Latina* —Catálogo/NATPE/95— y *Gráfico de exhibición de novela y miniseries para Angola, América Latina, Canadá, Portugal y EUA.*, agosto de 1995.
17. Cf. Muniz, Lauro César. *Op.cit.*, p. 99.
18. Folha de São Paulo. Caderno TVFolha, 5/01/97.
19. Cf. Mazziotti, Nora. "Telenovela e soap opera". *Comunicação & Educação*. São Paulo: ECA/USP/Moderna, n. 6, mai./ago., 1996, p.52. (Tradução do original: "Soap opera". *Communication Reserch Trends*. Centre for the Study of Communication and Culture. University of St. Louis, EUA, vol. 13, no. 4, 1993.
20. Ver: Kell, Maria Rita. *Op. cit.* y Vink, Nico. "A subcultura da classe trabalhadora e a decodificação da novela brasileira". *INTERCOM: Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo, vol. 13, no. 62/63, 1990. pp. 97-118.
21. Cf. Atadill, Elisabeth Garcia; Gallardo, Francisco José Rueda. "A telenovela brasileira na Espanha". *Revista INTERCOM*, São Paulo, vol. 13, no. 62/63, 1990.
22. Cf. Obradović, Daniela. "Telenovela brasileira na Iugoslávia como símbolo do heroísmo feminino". *Revista INTERCOM*, São Paulo, vol. 13, no. 62/63, 1990.
23. El Proyecto de Investigación *Ficção e Realidade: A telenovela no Brasil, o Brasil na telenovela* está integrado por un conjunto de subproyectos, donde cada uno es coordinado por un profesor(a) tutor(a), en donde la coordinación general está a cargo de la Profra. Dra. Maria Aparecida Baccega. Los títulos de los subproyectos son los siguientes:
A dramaturgia da telenovela — Profra. Dra. Renata Pallottini.
A linguagem do cinema na telenovela — Profra. Dra. Mary Enice Ramalho de Mendonça.
A recepção da telenovela brasileira-uma exploração metodológica — Profra. Dra. Maria Immacolata de Vassalo Lopes.
Representações do Imaginário Infantil na recepção de textos ficcionais: a influência das telenovelas — Profra. Dra. Alice Vieira.
Estéticas e Comunicação: a linguagem televisiva — Profra. Dra. Dilma de Melo Silva.
Telenovela e Sociedade no Brasil: a evolução das temáticas sócio-demográficas — Profra. Dra. Anamaria Fadul.
A Identidade da personagem negra na telenovela brasileira — Profra. Dra. Solange Martins couceiro de Lima.
A construção do cotidiano na telenovela — Profra. Dra. Maria Lourdes Motter
O Campo da Comunicação: os valores dos receptores de telenovela — Profra. Dra. Maria Aparecida Baccega.

Bibliografía

- Borelli, Silvia Simões (org.). 1994. *Gêneros ficcionais, produção e cotidiano na cultura popular de massa*. São Paulo: INTERCOM/CNPq/Finep.
- Campedelli, Samira Y. 1985. *A telenovela*. São Paulo: Ática.
- Fernandes, Ismael. 1987. *Memória da telenovela brasileira*. São Paulo: Brasiliense.
- González, Jorge. 1988. "La cofradía de las emociones (in)terminables (parte primera) — construir las telenovelas mexicanas". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. México, Universidad de Colima, vol. II, febrero, núm. 4/5.
- 1992. *Navegar, naufragar, rescatar... entre dos continentes perdidos: ensayo metodológico sobre las culturas de hoy*. México, Programa Cultura/CIS/Universida de Colima/Universidad Complutense de Madrid.
- Kell, Maria Rita. 1986. *Três ensaios sobre a telenovela*, en: Kell y Simões, Inimá Ferreira;
- Costa, Alcir Henrique da. *Um país no ar: a história da televisão brasileira em três canais*. São Paulo: Brasiliense.
- Martín-Barbero, Jesús; Muños, Sonia (eds.). 1992. *Televisión y melodrama*. Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia.
- Mazziotti, Nora; Frey-Vor, Gerlinde. 1996. "Telenovela e soap opera", *Comunicação & Educação*, CCA/ECA-USP; Moderna, São Paulo, año II, n. 6, pp. 47-57.
- Mello, José Marques de. 1988. *As telenovelas da Globo*. São Paulo: Summus.
- Morin, Edgar. 1975. *Cultura de massa no séc. XX, o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense.
- Ortiz, Renato; Ramos, José Mário, Borelli, Silvia H.S., 1989. *Telenovela: história e produção*, Brasiliense, São Paulo.
- Sodré, Muniz. 1977. *O monopólio da fala*. Petrópolis: Vozes.
- Tilburg, João Luís. 1990. *A televisão e o mundo do trabalho*. São Paulo: Paulinas.
- Vink, Nico. 1990. *A subcultura da classe trabalhadora e a decodificação da novela brasileira*.
- Intercom: Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, vol. 13, núm. 62/63, pp. 97-118.*

* Traducción al español del artículo en portugués "A telenovela brasileira no mercado internacional", de Ma. Guadalupe Chávez Méndez, revisada por Jorge A. González. Programa Cultura, Universidad de Colima.