

Merchandising de televisión

## El poder de las novelas brasileñas

No sorprende que las novelas brasileñas tengan una gran sintonía. Hay algunos que se han dado cuenta de su poder de convencimiento y utilizan la publicidad para vender diferentes tipos de productos en los lugares más insospechados, como chocolate en Río de Janeiro o bikinis en el Polo Norte.



Luis Lagos

**(Enviado especial a Brasil).**- Las novelas brasileñas tienen un gran impacto en el Perú y en muchas ciudades de Latinoamérica y hasta en la propia tierra del rey Roberto Carlos son un impacto nacional.

Se aprecian tanto que su poder de convencimiento hasta pone en peligro la vida de los propios actores, pues hay gente que cree que la actuación es un asunto de la vida cotidiana, real. Muchos autores han sufrido amenazas por trabajar. La actriz Gloria Pires alguna vez contó que no podía salir a las rúas de Brasil porque le gritaban de todo por su papel de mujer malévola. Tuvo que refugiarse hasta el capítulo final.

Aprovechando esta situación, publicistas y empresarios han utilizado a las novelas brasileñas para enviar mensajes subliminales, los cuales han influido de manera desmesurada en las ventas de ciertos productos. Para muestra un botón...

### ROPA TENDIDA

Paulo Rossi es un ingeniero especializado en ventas y marketing. Labora hace más de 10 años como gerente de ventas de Industrial Palao Ltda. de Río Grande del Sur. En 1985, a sabiendas de la magnitud del rating de las novelas brasileñas, conversó con un empresario acerca del poder que podía tener un mensaje instalado en alguna escena que todas las noches difundía la Red O'Globo.

Por las noches todo el norte de Brasil prendía sus televisores para ver su novela favorita. Fue así que un empresario decidió invertir en publicidad y fabricó máquinas para secar ropa. Inteligentemente estampó el logo de su

“ Las diferentes empresas de televisión saben que comprar las producciones del país de la samba tiene enormes beneficios económicos ”



empresa, le dio legalidad y producción, e inmediatamente comprobaba que en muchas escenas de la novela favorita de la hora punta de la noche, algunas empleadas usaban un raro aparato para secar prendas.

La idea se lanzó a ganador. Pero la posible duda podía surgir cuando alguien podría preguntar: ¿Cómo vender artefactos para secar ropa en estados como Bahía o Recife con ese sol abrumador? A pesar de eso, la actuación y los mensajes subsiguientes de las tandas televisivas hicieron que la empresa Enxuta albergue a un nuevo millonario del país más escandaloso y fiestero del mundo. Los artefactos para secar ropa empezaron a venderse como pan caliente. Era increíble ver a los cariocas comprando estos artefactos.

Hace mucho que los publicistas y expertos en el estudio del mercado utilizan las novelas brasileñas para insertar algún mensaje que cale en la mente de las gentes debido a su gran poder de convencimiento. Lógicamente esto se traduce en las ventas y trae enormes beneficios. Y es que estas grandes producciones televisivas tienen un



Paulo Rossi

“ Conozco el llanto de muchos inmigrantes que por el teléfono no cuentan más de su infortunio para no agobiar a sus familiares ”

gran formato donde confluyen buenas actuaciones, argumentos que atrapan y sobre todo, un preciso manejo del idioma.

Este último contenido resulta probablemente un aspecto crucial, pues se sabe que el lenguaje enamora y seduce a los potenciales clientes. Agréguele imágenes y canciones y la consecuencia se puede traducir en récords de venta, incluso, como dicen los vendedores hasta pueden vender chompas en Río de Janeiro.

## OJOS PERUANOS

Es indudable el efecto que tiene la novela Made in Brasil en el Perú. A las diez de la noche muchas amas de casa y señoritas vuelan a sus casas en busca de su control remoto. Las más sagaces hasta obvian el zapping pues a esa hora solo hay lugar para la sangre y la muerte en los noticieros de señal abierta. Inclusive el sector masculino se sienta expectante. Ya es conocido el comercial donde Reginado Faría le dice a todo el mundo en portugués: “En la guerra y en el amor todo vale”.

De hecho nuestros publicistas no se han quedado atrás y los invito a que observen a los auspiciadores de los culebrones brasileños para que saquen sus propias conclusiones como lectores o como uno de aquellos que está buscando algo en el supermercado o alguna máquina que le permita tener menos trabajadores rentados.

Si en Perú existe un espíritu crítico respecto a las producciones nacionales, no pasa lo mismo en la tierra del rey Pelé –Roberto Carlos ya le quitó el trono- pues aquí las mujeres y hombres se quedan cautivados con la novela del momento. Hasta existen hombres solos mirando embobados la televisión. A pesar del fútbol, las novelas siempre tienen su público cautivo. Y Werner Schünemann es uno de los más famosos actores del sur de la tierra de Luis Ignacio Lula da Silva.

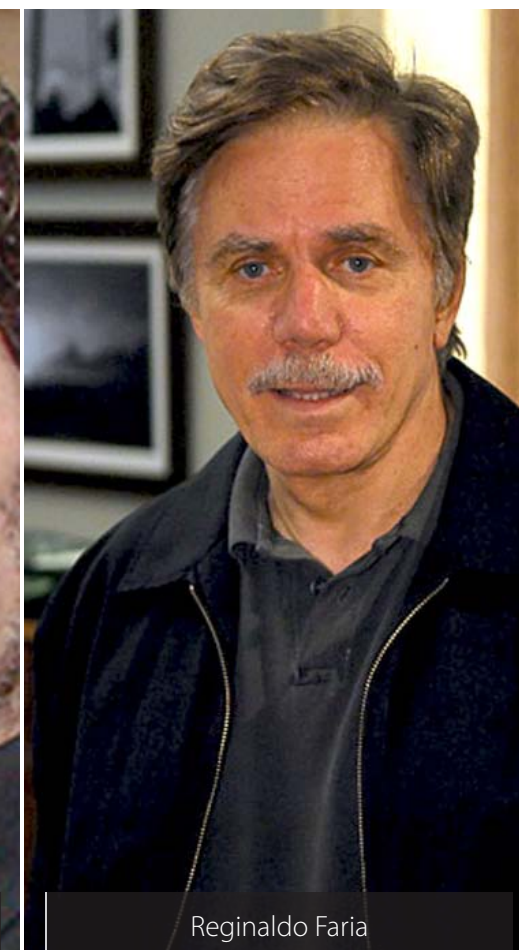
Las diferentes empresas de televisión saben que comprar las producciones del país de la samba tiene enormes beneficios económicos. Es publicidad garantizada. Ahora mientras en las tierras del maravilloso Machu Picchu se deleitan con Páginas de la Vida, en Brasil las novelas del momento se titulan Cama de gato y Poder paralelo. ■



Gloria Pires



Werner Schuneman



Reginaldo Faría