

UN ACERCAMIENTO AL EDUENTRETENIMIENTO

**Marcos Américo, Fernando Chade de Grande
y Joao Fernando Tobgyal da Silva**
Universidad de Bauru, San Pablo (Brasil)

Resumen

Este texto es una traducción breve del escrito realizado por los profesores Américo, Grande y Silva, de la Universidad de Baurú en San Pablo, Brasil. La traducción portugués-español fue realizada por la Dra. Lía Gómez. En este artículo se presentan los términos de “eduentretenimiento” (*edutertainment*) y “edutenimiento” (*edutainment*), sus posibles génesis conceptuales, se abordan algunos ejemplos y se expone reflexivamente la perspectiva de educar y entretener.

Palabras clave: eduentretenimiento, edutenimientos, entretenimiento, educación.

El concepto de eduentretenimiento: unas líneas iniciales

Para Alessandro Queiroga (2007) el concepto “eduentretenimiento” es un neologismo importado del inglés *edutertainment* que naturalmente se reduce a *edutainment* (edutenimiento) y se refiere a ‘espectáculos, shows, eventos, programas de radio y televisión que en su propuesta, fundamentación, programación y forma presentan contenido educativo a través del entretenimiento’. Por su parte, Belén Mainer Blanco sostiene que “Edutainment es una extensión de las teorías que definen que la actividad lúdica, además de entretener, potencia la maduración del ser humano pues afecta al cambio de comportamiento del saber, al intelecto, al desarrollo motor, a lo afectivo y a lo social” (2006).

En realidad, el surgimiento del término es poco preciso. Siguiendo una línea cronológica, se podría decir que en principio fue utilizado por los estudios de Walt Disney para describir su serie *True life adventures* en 1948. Luego el concepto fue utilizado por Robert Heyman en 1973 para identificar una serie de documentales producidos por la National Geographic Society. Dos años después, en 1975, el proyecto desarrollado por el Dr. Chris Daniel, denominado *Millenium Project* que posteriormente fue conocido como *The Elysian World Project*, dio lugar al eduentretenimiento.

Ya en 1983 los videojuegos desarrollados para las microcomputadoras *Oricy Spectrum* fueron clasificados también dentro de la categoría de eduentretenimiento. El mismo año, en la revista *Your Computer*, aparece vinculado a un paquete de aplicativos de entrenamiento promovido por el gobierno del Reino Unido de la Gran Bretaña.

Por otro lado, para Tufte y Obregon (2008) la historia conocida del *eduentretenimiento* puede resumirse en la siguiente cronología:

| | |
|----------------------|--|
| Años 30 del siglo XX | Popeye, el marino (EE. UU., 1934) |
| Años 50 del siglo XX | <i>The Archers</i> (UK) |
| Años 60 del siglo XX | <i>Simplemente María</i> (Perú, 1969) |
| Años 70 del siglo XX | Novelas de Miguel Sabido (México, a partir de 1970) |
| Años 90 del siglo XX | Desarrollo del E-E como estrategia en shows, radionovelas, programas de TV, aplicativos de computadoras y videojuegos. |

En todas las definiciones del término hasta aquí y en sus ejemplos, no está presente el programa *Sesame Street*, conocido en Brasil como *Vila Sésamo* que fue estrenado en la TV pública americana NET (actual PBS – *Public Broadcasting Service*) en 1969. Este fue un éxito con 37 temporadas y más de cuatrocientos mil episodios. Los personajes principales eran muñecos animados creados por Jim Henson que enseñaban a los niños lecciones de lectura, matemática, colores, letras, números, días de la semana, nociones básicas de vida personal y social como cruzar la calle, higiene personal, etcétera. La serie se convirtió en un éxito internacional y pudieron verla más de 120 países.

Sin embargo, para Singhal y Rogers (2002) si bien reconocen antecedentes en los programas nombrados, proponen que en estos aún no había una validación o una conceptualización consciente de *Entertainment-Educacion* (E-E).

El término es definido por los autores como “la localización de contenidos educativos en mensajes de entretenimiento” y puede ser considerado como una forma estratégica para diseminar ideas que pueden determinar cambios de comportamientos en diversos públicos, considerando sobre todo aquellos programas de este tipo relacionados con la salud, la prevención y la ciencia.

Cuando aparece la novela *Simplemente María* no existía, o por lo menos no se puede rastrear, una preocupación por un nivel académico en discutir o reflexionar sobre las comunicaciones masivas y el entretenimiento como elementos para influir sobre las audiencias con objetivos sociales o educativos. La novela trata sobre una joven del campo que migra hacia la capital con su bebé. Allí trabaja arduamente y progresa gracias a su propio mérito. Se puede decir que se muestra la “eficacia” del capitalismo. Lo más interesante: no se queda con el galán inicial.

Su versión peruana fue una de las primeras en superar las barreras geográficas al convertirse en un éxito de teleaudiencia en varios países latinoamericanos (2). La telenovela conquistó al público peruano, que paraba a las dos de la tarde para seguir la historia de María. La actriz principal, Saby Kamalich, se



transformó en una celebridad y el programa se exportó a 16 países, incluido los Estados Unidos. Un hecho curioso es que la novela está basada en una versión original de la escritora argentina Celia Alcántara, lo que permite pensar en la relación de estas historias con la identidad no ubicada en un solo país sino en la región latinoamericana.

A pesar de la gran cantidad de textos que estudian el eduentretenimiento y la historia de las telenovelas, el fenómeno de *Simplemente María*, para Singhal (1994), fue poco abordado debido, entre otras cosas, a que escasos archivos sobrevivieron luego del golpe militar peruano en los años 70.

Al ser exhibida en México la telenovela llamó la atención Miguel Sabido, el Vicepresidente de Investigaciones de Televisa, la quinta red de televisión del mundo y responsable de la mayor programación mundial en español: "En ese puesto, Sabido desarrolló un modelo teórico para producir cambios prosociales en actitud, información y conducta a través de la programación de la televisión comercial. Le llamó entretenimiento con un beneficio social comprobado, y que después fue traducido al inglés como *entertainment-education*, y actualmente es un movimiento mundial" (s/r).

Entre 1970 y 1974, Sabido trabajó con su equipo, en el que estaba su hermana Irene Sabido, profesora y productora de televisión, con el objetivo de desenvolver las bases teóricas de una metodología para la producción de telenovelas con fines educativos.

Para Larson (2009), las campañas de eduentretenimiento producidas por Sabido durante estos años incluían en las telenovelas mensajes educativos con el fin de incentivar el planeamiento familiar y fortalecer el rol de la mujer en la sociedad. Además, probaban que este tipo de entretenimiento era viable económicamente para las empresas de la comunicación y fortalecían una tendencia que se diseminó por varios países, sobre todo en el Brasil.

Régis (2008, s/r) considera que aunque el entretenimiento mediático, fruto de la evolución de la tecnología, entre otras cosas, haya sido foco de intensas discusiones académicas, son pocas las conclusiones y certezas sobre el tema en cuestión.

Las teorías sobre los medios y sus procesos culturales propuestas por los frankfurtianos y la sociedad del espectáculo resulta meramente un análisis de contenido, que al destacar el poder ideológico de las representaciones sociales del entretenimiento, acaban ubicando el género en una clasificación de inferioridad cultural y estética. De tal modo que se hace necesario buscar otro nivel de discusión que considere el estatuto del entretenimiento en la actualidad con la complejidad que presentan las prácticas y programas de entretenimiento contemporáneos.

Estamos frente a una "comunicación ubicua" que entiende la comunicación como omnipresente, en todo espacio, tiempo y lugar. Por eso, comprender los cruces entre el entretenimiento y la educación se torna central en nuestro presente.



Algunas líneas finales

Los conceptos de “edumentretenimiento” (*edutertainment*) y “edumentendimiento” (*edutainment*) son difusos y a veces se confunden y se utilizan como sinónimos. Pero es necesario poder ser más precisos en las definiciones. En este sentido, la de Wallden (2004) es la más completa y simple definición: “Son programas que utilizan diversos medios para incorporar mensajes educativos de forma entretenida, o sea, educan entreteniéndose”.

Greenberg (2004), por su parte, afirma que cada definición de E-E enfatiza en una etapa del concepto. Así, la noción de Singhal de 1990 es “disponer de contenido educativo en los mensajes mediáticos de entretenimiento” (s/r), abarcando las múltiples posibilidades del género.

En este sentido, los trabajos desarrollados por los autores aquí nombrados, al tratar de comprender el E-E, han generado debate y discusiones en todo el mundo, expandiendo de ese modo el concepto mismo de edumentretenimiento.

Por su parte, en países subdesarrollados, las acciones de programas que podemos definir como de edumentretenimiento han sido de vital importancia en casos de prevención del sida, control de la natalidad y mortalidad infantil, alfabetización, etcétera.

El edumentretenimiento entonces, se propuso como posibilidad para los programas de entretenimiento y, como sostiene Barbosa (2005), “resultó efectivo en dos áreas antes consideradas incompatibles, que eran la educación y el entretenimiento”.

Es importante considerar que las nuevas tecnologías ayudan al proceso y la creatividad, y más experiencias se proponen en todo el mundo con las computadoras, la televisión e incluso la radio. Y de a poco el edumentretenimiento va ganando terreno en los medios masivos.

Una simple definición de educar y entretener, pero una tarea compleja para pensar los programas hoy.

Notas

(1) Este artículo es una versión breve del original elaborado por los profesores Américo, Grande y Silva, de la Universidad de Baurú en San Pablo, Brasil. La traducción portugués-español fue realizada por la Dra. Lía Gómez.

(2) Disponible en: <<http://simplementenovelas.blogspot.com/2008/12/produccion-peruana-simplemente-mara.html>>.

Bibliografía

Larson, Deborah L. (2009), “Advancing Entertainment Education: Using “The Rosie O'Donnell Show” to Recognize Implementation Strategies for Saturated Markets”, *Communication Theory*, VL. 19, N.º 2, Medios, Periodismo y Cine. Universidad Estatal de Missouri, Springfield, pp. 105-123 [en línea]. Disponible en: <<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/122352996/PDFSTART>> [Consulta: 21/05/09].

- Mainer Blanco, Belén (2006), "El videojuego como material educativo: La Odisea", *ICONO 14*, Revista de Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías N.º 7 [en línea]. Disponible en: <<http://www.icono14.net/revista/num7/articulo%20BELEN%20MAINER2.htm>> [Consulta: 23/04/07].
- Queiroga, Alessandro (2007), "O que é Edutretenimento?" [en línea]. Disponible en: <<http://www.aqb.com.br/aqb/artigo.php?no=02>> [Consulta: 03/04/07].
- Sabido, Miguel (1981), *Towards the social use of commercial television: Mexico's experience with the reinforcement of social values through TV soap operas*, ponencia presentada en la conferencia anual Del Instituto Internacional de Comunicaciones (Estrasburgo, France). Instituto para las Investigaciones en Comunicación, A. C. (México DF, México).
- Singhal, Arvind y Everett Rogers (2002), "A theoretical agenda for Entertainment Education. Communication Theory", *Communication Theory*, Volumen 12, Número 02, pp. 117-135 [en línea]. Disponible en: <<http://www3.interscience.wiley.com/cgi-bin/fulltext/118959128/PDFSTART>> [Consulta: 20/10/08].
- Tufte, Thomas y Rafael Obregon (2008), *Entertainment-Education: A Critical Assessment of the History and Development*, Panel en el Congreso Mundial IAMCR, PCR Section [en línea]. Disponible en: <orecomm.net/wp-content/uploads/2008/07/orecommmlaunch2008.pps> [Consulta: 12/01/09].

