

Kapag Wais ang Filipina: Si Lumen sa Soap Opera

Elyrah L. Salanga

This paper analyzes the Surf laundry soap commercials featuring Lumen, a housewife, and her family. Specifically, the paper inquires into the commercials' use of the narrative and structure of the soap opera, and the various images of the Filipino woman and housewife embedded therein. Through the soap opera format featuring various events in Lumen's life, the Surf commercials contribute to the regimentation of the housewife in the Filipino family.

Kung pagbabatayan ang karaniwang kahabaan ng buhay ng isang patalastas, maituturing na ang serye ng mga patalastas ng *Surf* sabong panlaba na may temang “wais si Lumen” ay may mahabang kasaysayan. Sa kasalukuyan, pitong taon nang ipinalalabas sa telebisyon ang patalastas buhat noong 1997. Lumabas ang patalastas ng *Surf* sa panahong palasak ang mga soap opera tulad ng *Mara Clara*, *Mula sa Puso*, at *Mari Mar*. Bukod kina Judy Ann Santos, Gladys Reyes, at Thalia, nakilala rin ng mga manonood si Lumen at ang kaniyang pagiging “wais”. Ang pagiging “wais” ay ang pagiging maparaan, matalino, at maalam sa mga bagay-bagay sa kasalukuyang konteksto.

Kung ihahambing ang serye ng *Surf* sa ibang patalastas ng sabong panlaba, mapapansin ang naiibang anyo at naratibo nito sa pagbebenta ng produkto. Ginamit ng Unilever Philippines Inc., ang kompanyang gumagawa ng sabong ito, ang iba’t ibang imahen ng babae na kalimitang nakikita sa isang soap opera.

Ang mahabang kasaysayan ng patalastas ng *Surf* ay nagpapahiwatig ng kasikatan nito. Mula 1997 hanggang sa kasalukuyan, tinatayang mahigit tatlung patalastas ang naipalabas na umiikot sa buhay ni Lumen. Nagdesisyon ang Unilever na gawing serye ang mga patalastas ng *Surf* at ikawing sa imahen ni Lumen ang tatak ng sabon nang tumaas ang benta nito. Ayon kay Emmanuel Potenciano, Assistant Branch Manager ng Unilever, “sales during the Lumen ads have been successful, especially this year”. (Mataas ang benta habang ipinalalabas ang mga patalastas ni Lumen, lalo na sa taong ito.)

Mahihinuha na ang paggamit ng istrategiya ng pag-angkop sa pormula ng soap opera ang pangunahing salik sa katatagan ng patalastas. Sa pamamagitan ng pagturing sa serye ng patalastas bilang soap opera, matutunton ang pag-iimahe ng Unilever sa babae bilang maybahay sa pamilyang Filipino. Dahil itinuturing ng pagsusuring ito ang patalastas ng *Surf* bilang soap opera, gagamitin sa diskusyon ang terminong yugto bilang pagtukoy sa bawat patalastas.

Ang Babae sa Soap Opera

Mula pa noong 1930 hanggang sa kasalukuyan, hindi matatawaran ang pagkahilig ng mga tao sa soap opera. Nagsimula bilang drama sa radyo na inisponsor ng mga kompanyang gumagawa ng sabon, tumawid ang soap opera sa telebisyon at ngayon ay tinitingnan bilang isa sa mahahalagang anyo ng kulturang popular at bilang “economic commodity” (Cantor & Pingree 1983). Sa pamamagitan ng mga soap opera, nabibigyang tinig ang mga babae, halimbawa, ang mga maybahay. Gayumpaman, ang kuwento ng maybahay sa karaniwang soap opera ay hinuhubog ng hedyemoniyang pangkasarian. Sa diskursong ito, ikinakahon ang babae sa dalawang imahen. Una, sa pag-iimahe ng lalaki batay sa kaniyang pananaw sa pagkababae; at pangalawa, sa pagkakahon ng babae sa kaniyang sarili bilang nakabababa sa lalaki sa lipunan (Brown 1994).

Bagamat umaani ang soap opera ng mga batikos mula sa mga peminista, nagbibigay ito ng kasiyahan sa mga babaeng nanonood sa kani-kanilang tahanan (Brown 1994). Nawiwili ang babae sa panonood dahil sa naratibo nito. Bukod sa istruktura ng soap opera na nakasanayan na ng mga manonood, interesado ang mga babae sa maaaring makuha nila mula sa naratibo (Brunsdon 2000), tulad halimbawa, ng mga payo kung paano nila makukuha ang lalaking kanilang minimithi o kung paano malalampasan ang suliranin ukol sa pagkabigo sa pag-ibig. Ito’y sa dahilang ang mga suliraning nakapaloob sa naratibo ng soap opera ay kahawig ng karanasan ng mga manonood, bagamat ang mga solusyon sa soap opera ay hindi laging naisasakatuparan sa totoong buhay (Cantor & Pingree 1983). Dagdag pa ni Annette Kuhn (Brunsdon 2000: 19): “recurrent interest is expressed in the representation of and identification with central female

protagonists, female desire, narrative modes, and rhythms specific to femininity, and the modes in female spectatorship”. (Ang pabalik-balik na pagkakahilig ay makikita sa representasyon at identipikasyon sa mga bidang babae, sa kanilang nasa, mga pamamaraan ng naratibo, at ritmong partikular sa pagkababae, at sa mga pamamaraan ng panonood ng babae.)

Makikita sa patalastas ng *Surf* ang pag-aangkop nito sa anyo o istruktura ng soap opera. Kung tutuusin, hindi na bago ang ganitong pag-aangkop. Noong 1923, ginamit ang pormula at naratibo ng soap opera sa patalastas ng sabong *Ivory* sa Amerika (Brown 1994). Tampok sa patalastas na ito ang pag-inog ng buhay at interes ng pamilyang Jolly sa paggamit ng sabong *Ivory*. Sa patalastas ng *Surf*, naisasatinig sa pamamagitan ng katauhan ni Lumen ang mga karaniwang gawain at problema ng isang maybahay, lalo na ang may kinalaman sa paglalaba. Ang nagagawa ng soap opera ay maglaan ng isang midyum kung saan mahihikayat ng ahensya ng adbertaysing ang mga babae mula 18-49 taong gulang na bilhin ang produkto (Cantor at Pingree 1983), tulad ng paghikayat sa mamimili na *Surf* ang bilhin.

Ang Papel ng Adbertaysing

Ayon sa 2002 Media Factbook ng Association of Accredited Advertising Agencies, kabilang ang sabong panlaba sa mga produktong pinakamalakas ang benta. Mula 1995 hanggang sa kasalukuyan, mahigit 10-12 bilyong piso na ang nagagasta ng mga tao para dito. Ibig sabihin, halos lahat ng tao ay gumagamit at bumibili ng sabong panlaba anumang tatak nito. Dahil sa pagtangkilik at pagkonsumo ng mga mamimili sa nasabing produkto, patuloy na umuunlad ang malalaki at maliliit na kompanyang gumagawa nito, na karamihan ay nasa ilalim ng ilang korporasyong transnasyonal (Pe-Pua 1989) tulad ng Unilever Philippines, Inc. at Procter and Gamble. Ayon kay Potenciano, tinatayang 80%-90% ng benta ng sabong panlaba sa Pilipinas ay pinaghahatian ng dalawang kompanyang ito, batay sa mga datos sa taong 2004.

Dahil kailangan nilang makipagsabayan sa kompetisyon upang maibenta ang produkto, ang mga kompanya ay hindi nag-aatubiling gumastos nang malaki pagdating sa adbertaysing. Ani Pe-Pua (1989:

294): “ang ilang kompanya ay may sariling dibisyong namamahala sa pagpapakilala ng produkto sa madla sa pamamagitan ng patalastas. Ang iba nama’y nagbabayad na lamang sa ilang ahensyang pampatalastas upang magpagawa nito”. Malaking pera ang inilalaan sa pagbili ng espasyo sa diyaryo at oras sa radyo at telebisyon (Bignell 1997). Ang halagang ito ay indikasyon ng laki ng merkado ng produkto.¹ Ayon kay Potenciano, ang telebisyon ang nakikita ng Unilever na pinakamabisang midyum para maipalaganap at maipakilala ang isang produkto tulad ng *Surf*.

Sa adbertaysing, importanteng maituon ang isang patalastas sa tamang target awdiyens. Sa kaso ng *Surf*, sinabi ni Potenciano na “the target audience for these ads are homemakers 18-45 years old, who both buy and use detergents”. (Ang target awdiyens ng mga patalastas na ito ay mga maybahay mula 18-45 na taong gulang, na siyang bumibili at gumagamit ng sabong panlaba.) Sila ang nakauunawa sa mga suliraning kinakaharap ni Lumen tulad ng paghahanap sa tamang baretang tatagal sa paglalaba at magtatanggal ng matinding mantsa. Ayon nga kay Potenciano, “using Lumen and her family was done so that consumers would have someone or something they could relate to in the commercial. As opposed to, say, some guy in a lab coat demonstrating how well another detergent works, Lumen puts a human face in the ads”. (Ginamit ang karakter ni Lumen at kaniyang pamilya upang makaugnay ang mga kumokonsumo ng sabong panlaba sa patalastas. Hindi tulad sa isang lalaking nakasuot ng *laboratory coat* at nag-eeksperimento sa galing ng ibang sabong panlaba, makatotohanan ang lapit ni Lumen.)

Ang *Function* ng Naratibo

Ayon kay Vladimir Propp, na gumawa ng pananaliksik tungkol sa mga kuwentong-bayan at *fairy tales*, may mga *function* ang mga tauhan sa naratibo. Sa kaniyang librong *Morphology of the Folktale* (1968), inilista ni Propp ang 31 function na matatagpuan sa mga fairy tale. Ang mga function na ito ay maaaring ilapat sa ibang anyo ng midya na may kontemporaryong naratibo (Propp sa Berger 1997), tulad ng paggamit ng andá (function) ni Isagani Cruz sa kaniyang analisis ng epikong Pilipino. Ani Cruz (sa Reyes 1992: 291), “kinuha ko ang

salitang andá sa salitang umaandar, at ang kahulugan ng andá mula kay Vladimir Propp”.

Makikitaan din ng mga function ang soap opera. Sa *Narito ang Puso Ko* ng GMA, halimbawa, makikita ang 11 sa 31 function na tinukoy ni Propp. Ang kabuuang daloy ng naratibo ng *Narito* ay nakasentro sa paghahanap ni Doña Dolores (Rosa Rosal) sa kaniyang apong nawalay sa kaniya nang pasabugin ng hindi-kilalang lalaki ang kaniyang mansyon. Ang apong hinahanap ay si Antonina (Jolina Magdangal) na nagtago ng identidad sa pangalang Isabela nang ampunin siya ni Elsa (Amy Austria).

Ang istruktura ng *Narito* at iba pang soap opera ay makikita din sa serye ng patalastas ng *Surf*. Sa pamamagitan ng paglalapat ng mga function mula sa soap opera sa serye ni Lumen, nabibigyang-diin ang karaniwang kumbensyon sa daloy ng naratibo ng soap opera na nagpapatingkad sa ilang isyu ukol sa babae sa pamilya.

Si Lumen sa Soap Opera

Katulad sa soap opera, ang balangkas ng mga naratibo sa serye ng *Surf* ay nagbibigay-diin sa mga eksenang melodramatiko o di kaya’y mga karanasang nakatawag ng pansin sa pangunahing tauhan (Brunsdon 2000). Payak lamang ang banghay ng serye. Ito’y nakatuon sa buhay ni Lumen, isang maybahay na nakatira sa baryo. Ipinakikita sa patalastas ang pagiging “marunong” ni Lumen hindi lamang sa mga gawaing bahay kundi maging sa buhay. Katambal ni Lumen sa patalastas ang kaniyang biyenang si Lola Oba.

Ayon kina Cantor at Pingree (1983), karaniwang ipinakikita sa mga soap opera ang mga tradisyonal na pananaw sa mga babae. Ipinakikita sa naratibo ang mga kumbensiyonal na pagtatakda ng papel na dapat gampanan ng babae sa lipunan, tulad ng paghahanap sa magiging kabiyak habambuhay (Brunsdon 2000). Nakita ni Lumen kay Lando ang mga katangiang karaniwang makikita sa mga bidang lalaki sa soap opera: matipuno, malakas, malambing, mapagmahal, at guwapo. Sa mga panahong kakailanganin siya ni Lumen, nariyan sa kaniyang tabi si Lando - mula sa kaniyang panganganak hanggang sa pagdiriwang ng kaarawan ng kanilang mga anak. Higit sa lahat, tulad ng mga bidang lalaki sa mga serye, kay Lando umaasa ang mag-anak

Tsart A Daloy ng Naratibo ng Narito ang Puso Ko	
Function	Paglapat
Panimulang kalagayan/Initial situation (Ipinakilala ang mag-anak o ang bayani)	Pagpapakilala sa kalagayan nina Isabela/Antonina, Elsa, at Doña Dolores
Pagkawala/Absentation (Isa sa mag-anak ang aalis)	- Tatlong taong gulang pa lamang, mahihwalay si Isabela sa kaniyang Lola dahil sa isang pagsabog sa kanilang mansiyon - Mamamatay si Amoroso (tatay ni Isabela)
Kataksilan/Villainy (Sasaktan ng kontrabida ang isa sa mag-anak)	Pasasabugin ni Amoroso ang kotse ni Doña Dolores dahil ipinagkait sa kaniya ang anak niyang si Isabela
Pag-alis/Departure (Aalis ang bayani)	"Aalis" si Antonina sa bahay dahil inampon siya ni Elsa, dating kasintahan ni Amoroso
Katulong/1st function of donor (Dadaan sa pagsubok ang bayani, may tutulong sa kanya)	May magpapanggap na siya ang tunay na Antonina (heredera); ang tunay na Antonina (Isabela) ay bibigyan ng <i>singing career</i> at trabaho sa bahay ni Doña Dolores
Pagbalik/Return (Babalik ang bayani)	Babalik si Antonina/Isabela sa mansiyon
Pagbabago ng anyo/Transfiguration (Magbabagong-anyo ang bayani)	Mamahaling damit na ang isusuot ni Antonina/Isabela; bagong <i>hairstyle</i>
Pagdating ng hindi-kilala/Unrecognized arrival (Hindi makikilala ang bayani at uwi)	Hindi siya makikilala ng mga traydor sa mansiyon
Malaking hamon/Difficult task (Isang malaking hamon ang ibibigay sa bayani)	Paano niya patatawarin ang mga taong nagkasala sa kanya?
Lunas/Solution (Mabibigyang-lunas ang pagsubok)	Mapapatawad niya ang kaniyang ama (Amoroso)
Pagkilala/Recognition (Kikilalanin ang bayani)	Ipakikilala ni Doña Dolores si Isabela bilang tunay na Antonina sa midya

Tsart B Daloy ng Naratibo ng <i>Surf</i>	
Function	Paglapat
Panimulang kalagayan	Ipakikilala sina Lumen (nanay), Lando (asawa), Oba (biyenan), Anna, at Maria (mga anak)
Kakulangan	Papasok sa opisina si Lando
Kataksilan	Darating ang dating nobya ni Lando na si Claudia
Pag-alis	Aalis sina Lumen sa baryo papunta sa Maynila
Katulong	Bibigyan ng trabaho sa Maynila si Lando
Pagbalik	Babalik sina Lumen sa baryo
Pagbabago ng anyo	Magpapagupit si Lumen, magsusuot ng bagong damit, at maglalagay ng meypap
Pagdating ng hindi kilala	Hindi makikilala si Lumen dahil sa pagbabagong-anyo niya
Malaking hamon	"May matinding mantsa" ang polo ni Lando na kakailanganing linisin
Lunas	Mawawala ang mantsa dahil sa <i>Surf</i>
Pagkilala	Pupurihin ni Lola Oba si Lumen sa kaniyang pagiging "wais" at marunong sa buhay

dahil siya ang kumikita ng pera. Nakasandig ang pangangailangan ng pamilya sa kita ni Lando. Sa ganitong paraan, ang babae ay hindi lamang nag-aasawa dahil sa pag-ibig kundi dahil na rin sa ekonomikong pangangailangan. Kung kaya kahit gustuhin man ni Lumen na magkatuwang sila sa pagpapalaki ng kanilang mga anak ay tanggap niya ang pagtatalaga sa kaniya bilang tagapag-alaga ng mga bata at tahanan habang si Lando ay nagtatrabaho.

Sa kabilang dako, si Lumen, ayon kay Lando, ay “simple, wais, at maalaga”. Ipinakikita sa patalastas na ang mabuting maybahay ay maparaan (resourceful). Sa unang patalastas ng serye, inilalahad na

para matanggap si Lumen ng kaniyang biyenan, kailangang patunayan niyang magaling siyang maglaba ng mga puting damit. Sa patalastas na ito, makikita si Lumen na naglalaba ng polo ni Lando. Susubukan ni Lola Oba ang kaniyang galing sa pagtanggap ng matinding mantsa. Si Lando, ayon kay Lola Oba, ay maselan sa damit. Hindi mawawala ang pag-aalala ni Lola Oba hanggang hindi natatanggal ni Lumen ang mantsa, na magagawa naman niya sa pamamagitan ng paggamit ng *Surf*. Magtatapos ang patalastas sa pagsang-ayon at pagtanggap ni Lola Oba kay Lumen bilang isang marunong na manugang. Dahil sa pagtanggap ng matinding mantsa at galing sa paglalaba, nakasisiguro si Lola Oba na magiging mabuting asawa si Lumen.

Ang paglutas ng babae sa mga suliraning pampamilya ay karaniwang istrategyang makikita sa soap opera. Ayon kay Winship (sa Brown 1994: 43), “the constant repetition of problems on soap operas is one of the genre’s salient characteristics”. (Ang pag-uulit-ulit ng mga problema ay isa sa mga matingkat na katangian ng soap opera.) Sa kaso ni Lumen, hindi nagtatapos ang daloy ng kuwento sa pagtatanggal niya ng “matinding mantsa” sa bawat yugto nito. Dahil sa pagpapakilala ng mga bagong karakter at bagong suliranin, naantala ang pagtatapos ng naratibo. Bukod sa pagtanggap ng “matinding mantsa”, kailangang harapin ni Lumen ang problema, halimbawa, ng panganganak o ang posibleng pag-agaw ni Claudia kay Lando. Ang mga suliraning tulad nito ay tumutulak sa babaeng labanan ang mga krisis na itinatadhana sa kaniya, sapagkat bahagi na ng kumbensyonal na naratibo sa soap opera ang pakikipagsapalaran ng babae sa mga nagbabadyang trahedyang. Sa harap ng mga ganitong suliranin, laging matapang ang babae sa soap opera (Brunsdon 2000).

Sa isang yugto, halimbawa, nang madestino ang pamilya sa Maynila, nagbago ang buhay nina Lumen. Bukod sa pagbabago ng tirahan at trabaho ni Lando bilang superbisor, nagbago rin ang pananaw ni Lumen sa kaniyang sarili. Nang lumipat sa Maynila sina Lumen, binago niya ang kaniyang pisikal na kaanyuan. Mula sa pagiging simpleng maybahay sa baryo, nagsimula siyang magmeykap, nagpagupit ng buhok, at nagsuot ng walang manggas na blusa. Ayon na rin kay Lumen, “hindi tayo dapat matakot sa pagbabago”.

Bagamat bukas sa ganitong pagbabago si Lumen, nanatiling tradisyonal ang kaniyang halagahin: prayoridad ni Lumen ang kaniyang

pamilya. Sa mga patalastas, ginagawa ni Lumen ang tungkulin niya bilang asawa at ina ng tahanan. Makikita sa mga patalastas ang pag-aasikaso ni Lumen sa mga pangangailangan ni Lando. Bago tumungo sa opisina si Lando, nakahanda na ang kaniyang damit at nakahain na ang hapag-kainan. “Wais” din siya sa pag-aalaga kina Anna at Maria: Makikita ito sa pagtahi niya ng mga damit at paggawa ng mga headdress ng kambal.

Matingkad sa mga patalastas ang paghahambing ng isang mamahaling bagay (pagkain man o gamit) sa isang bagay na may katulad na uri ngunit mas mababa ang halaga, upang maipakita si Lumen bilang isang simple at matipid na asawa. Halimbawa, sa halip na bumili ng mamahaling bulaklak, pinili ni Lumen na bumili ng *daisy* na sinasabing “simbango ngunit hindi kasing mahal”. Gayundin, sa pamamagitan ng paggamit ni Lumen ng sabong *Surf* sa kaniyang paglalaba, naiuugnay ang pag-iwas sa pagiging maluhong sa buhay. Kapag nakatitipid si Lumen, nananatiling masaya ang kaniyang pamilya.

Tulad ng soap opera, ang kuwento ng *Surf* ay hindi lamang umiikot sa kuwento ng iisang babae. Ito’y kuwento rin ni Lola Oba. Bagamat ipinakikita ang hindi pagsang-ayon ni Lola Oba kay Lumen sa mga unang yugto ng patalastas, makikita sa mga sumusunod na yugto ang pagtanggap niya kay Lumen bilang “wais na manugang”. Masasabing kakatwa ito sapagkat, taliwas sa nakagisnang pag-iimahe sa biyenan sa maraming kultura, magkasundo sina Lumen at Lola Oba. Sa katunayan, ipinagtanggol at ipinagmalaki ni Lola Oba si Lumen kay Claudia nang tangkaing akitin muli ni Claudia si Lando. Ipinagtanggol din ni Lola Oba ang pag-aalagang ginagawa ni Lumen sa kambal. Si Lola Oba ang kakampi ni Lumen sa mga sitwasyong maaaring maipit si Lumen.

Aktibo at hindi pasibo ang babae sa naratibo ng *Surf*. Matingkad ang pagbibigay-diin sa kapangyarihan ng babae sa labas ng tahanan. Sa naratibo ng *Surf*, ang doktor, nars, boss ni Lando, at meyor ay mga babae. Malinaw, kung gayon, na nakatuon ang kuwento sa babae. Makabuluhan ang papel ng kababaihan sa daloy ng naratibo ng *Surf* bilang bida at nagpapausad sa kuwento. Subalit, ayon nga kay Berger (1998: 21): “the order in which events take place in a narrative is of great importance. There is a logic to narrative texts, and the arrangement of elements in a story can greatly affect our perception

of what anything ‘means’”. (Mahalaga ang pagkakasunod-sunod ng mga pangyayari sa naratibo. Mayroong lohika sa teksto ng naratibo, at ang kaayusan ng mga elemento ay maaaring makaapekto sa ating pag-unawa sa kahulugan ng mga bagay-bagay.) Sa madaling salita, may hinahanap na kuwento ang manonood sa *Surf*.

Pagkukubli sa Mito

Sa semyotikang analisis ng mga patalastas, maaaring ipalagay na ang mga kahulugang nakikita rito ay sadyang nilikha ng mga kompanya upang mahubog ang kamalayan ng potensyal na mamimili. Sinasadyang ipakita na ang mga produkto at serbisyong ibinebenta ay bahagi ng ating realidad. Ayon kay Williamson (sa Bignell 1997: 33), “advertising has a function, which is to sell things to us. But it has another function, it creates structures of meaning”. (May tungkulin ang adbertaysing, at ito ay ang pagbentahan tayo ng kung anu-ano. Pero may iba pa itong tungkulin, lumilikha ito ng mga istruktura ng kahulugan.) Dagdag pa niya: “The aim of ads is to engage us in their structure of meaning, to encourage us to participate by decoding their linguistic and visual signs, and to enjoy this decoding activity. Ads make use of signs, codes, and social myths, which are already in



Ang karakter na si Lumen ng patalastas ng *Surf* ay ginampanan ni January Isaac. (Retrieved from http://www.vittromero.com/video/lower_frame.asp on August 2, 2004)

circulation, and ask us to recognize and often to enjoy them” (33). (Nilalayan ng mga patalastas ang akitin tayo sa kanilang istruktura ng kahulugan upang mahikayat tayong makilahok sa pamamagitan ng pag-intindi sa konteksto ng mga palatandaang lingguwistik at biswal upang malugod tayo sa aktibidad na ito. Gumagamit ang mga patalastas ng mga senyas, koda, at panlipunang mito na nasa ating paligid, at hinihikayat tayong mapansin at kadalasang magustuhan ang mga ito.)

Ang nakikita natin sa serye ng patalastas ng *Surf* ay ang maybahay na marunong magtipid, maasikaso, at kontento sa pag-aalaga ng pamilya at tahanan. Subalit may mga ideolohiyang ikinukubli ang serye. Maipaliliwanag ang mga ideolohiyang ito sa pamamagitan ng pagbasa sa mga mito sa patalastas. Ayon kay Bignell (1997: 22), “Myth, as Roland Barthes uses the term, means things used as signs to communicate a social and political message about the world. The message always involves the distortion or forgetting of alternative messages, so that myth appears to be exclusively true, rather than one of a number of possible messages”. (Ang mito, batay sa pakahulugan dito ni Roland Barthes, ay nangangahulugan ng paggamit ng mga bagay bilang mga palatandaang naghahatid ng mga mensaheng panlipunan at pulitikal ukol sa mundo. Karaniwang binabago o nililimot ng mensahe ang iba pang mga mensahe, kung kaya ang mito’y nagmumukhang kaisa-isang katotohanan, imbes na isa lamang sa maraming posibleng kahulugan ng mensahe.)

Sikat ang serye ng patalastas ng *Surf* dahil bilang soap opera, mayroong nakukuha ang mga mamimili/manonood dito. Una, lumilikha ito ng mga pantasya (Ryan & Wentworth 1999) ng isang mabuting maybahay. Si Lumen ay ipinakikita bilang “ideyal na ina” (Modleski sa Brunson 2000: 62). Masaya siya kapag naasikaso niya ang pangangailangan ng mag-anak. Ang kaniyang pagluluto, paglilinis, paglalaba, at pamamalengke ay bahagi ng pagkakahon sa imahe ni Lumen bilang “mabuting ina/maybahay” na ang pangunahing layunin ay buklurin ang pamilya at pangalagaan ang kaligayahan nito. Ang ganitong pag-imahe sa babae bilang “mabuting maybahay” ay malugod na tinatangkilik ng mga manonood dahil nawiwili sila sa paghahanap/pagbabasa ng mga simbolong nagpapakita ng kanilang kabutihan (Brunson 2000).

Makikita rin sa patalastas na si Lumen ay malumanay magsalita, mahinhin kumilos, masunurin, palangiti, at higit sa lahat, maputi ang

kasuotan. Ang kulay puti ay manipestasyon, hindi lamang ng malinis na damit, kundi maging ng pagkadalisan ng katauhan ni Lumen. Sa naratibo ng patalastas, ang talinghaga ng “paglilinis” ng damit ay nakaugnay sa talinghaga ng “pagkusot” ng mga suliraning kinakaharap ni Lumen. Ang pagtatanggal ng mantsa ay sinonimo sa kalutasan ng problema. Tulad sa paglalaba, maluwalhati rin ang pagtatapos sa bawat yugto. Wais si Lumen dahil ideyal ang pagkakahon sa kaniya bilang “figure of moral perfection” (Arnheim sa Brunson 2000: 46) na bahagi ng sikolohikal na pormula ng soap opera.

Ang pagtatalaga ng babae sa tahanan ay may historikal na batayan. Ang paghahati ng trabaho sa pagitan ng babae at lalaki ay maiuugat sa panahong neolitiko. Ang mga lalaki ay nangangaso habang ang mga babae ay nangangalap ng pagkain. Iniatas sa babae ang pag-aasikaso sa nutrisyon ng tribo o komunidad. Nang lumaon, naging sinonimo ang pagbibigay ng pagkain ng babae sa kaniyang pagbibigay din ng buhay: “Women as gatherers and then as cultivators not only collected from nature and consumed what nature grew, but also replaced what they got and made things grow. Female productivity, then, was the precondition of male productivity” (Eviota 1992: 6). (Ang babae bilang tagakalap at tagalinang ay hindi lamang kumukuha sa kalikasan at kumukunsumo sa pinagyayaman nito; kundi kanila ring pinapalitan ang mga nakuha’t pinalalago ang mga ito. Ang pagiging produktibo ng kababaihan ang naging batayan ng pagiging produktibo ng kalalakihan.)

Ang ganitong pananaw sa paghahati ng trabaho sa pagitan ng babae at lalaki ay pinagtitibay ng kapitalismo. Ayon kay Eviota (1992), ang kapitalismo ay naitatag dahil na rin sa herarkiya sa kasarian. Naging bunga nito ang hindi pantay na pagturing sa lalaki at babae sa pagmamay-ari ng ari-arian, at sa pamumuno ng lalaki sa tahanan. Dagdag pa ni Eviota (1992: 8):

it transformed these structures and ideologies for more elaborate purposes: a specific family household system that glorified male prestige; the radical separation of home and workplace; and the consequent domestication of women. (Binago nito ang mga istruktura at ideolohiya para sa mga mas masalimuot pang layunin: ang sistema ng pamilya sa tahanan na dumadakila sa pangalan ng lalaki; ang radikal na paghihiwalay sa tahanan at sa trabaho; at ang pagtatalaga ng babae sa tahanan.)

Ang ideolohiya ng pagtatalaga ng babae sa loob ng tahanan ay tumutukoy hindi lamang sa depinisyon ng kaniyang responsibilidad kundi sa pagpapakita rin ng kaniyang kapangyarihan, limitado man ito. Ang mga babae ay hindi simpleng maybahay lamang. Sa tahanan, hawak nila ang pinansiya ng pamilya at sila ang nagdedesisyon sa paggamit nito. Dagdag pa ni Eviota (1992: 151):

women are generally closely associated with the collective aspects of household consumption and their obligation to meet children's needs is regarded as stronger than men because of their childbearing role. Men's obligation (although this is also dependent on their goodwill) is limited to providing some of the cash or productive assets required by women to carry out their household-management tasks. (Ang mga babae ay karaniwang iniuugnay sa mga aspetong kolektibo sa tahanan na may kinalaman sa pagkonsumo, at ang kanilang obligasyon na matugunan ang pangangailangan ng mga anak ay itinuturing na mas matindi kaysa sa mga lalaki dahil sa kanilang papel sa panganganak. Ang obligasyon ng lalaki [bagamat depende rin ito sa kanilang kabutihán] ay limitado sa pagbibigay ng pera o kabuhayan na kailangan ng babae upang maisakatuparan nito ang mga gawain sa pamamahala ng tahanan.)

Ang ganitong paghahati sa trabaho batay sa kasarian ay kadalasang nakikita at napapanood sa mga soap opera. Ang trabaho lamang ng mga bidang lalaki ay umuwi, ibigay ang sahod, kumain, at matulog. Sa mga soap opera tulad ng sa *Té Amo* sa GMA 7, ibinibigay ni Johnny Delgado ang kaniyang sahod bilang meyor sa kaniyang asawang si Princess Punzalan. Si Princess ang namamahala sa trabaho at sahod ng kanilang mga katulong sa bahay, at sa pagbibigay ng mga kailangan ng kanilang mga anak tulad ng pagbili ng bagong kotse.

Makikita rin sa mga patalastas ng *Surf* ang ideolohiyang ito. Itinutulak si Lumen ng krisis sa ekonomiya na magtipid. Upang mapanatili ang katiwasayan at magandang samahan sa bahay, napipilitan siyang maghanap ng alternatibo upang matugunan ang pangangailangan ng kaniyang pamilya sa bahay. Malaking porsiyento ng serye ay nakatuon sa mga payo ni Lumen sa mga maybahay na tulad niya'y nais makatipid sa kagamitan ng mga anak. Aniya: “dahil sa hirap ng buhay, dapat mas wais tayo sa produktong bibilhin”. Kaya

sa pagpili ng tumba-tumbang gawa sa kahoy at sa ratan, pinili ni Lumen ang gawa sa ratan dahil “sintibay ngunit hindi singmahal”.

Bagamat binibigyan ng kapangyarihan ang babae dahil sa pamamahala niya sa pinansiya, itinuturing ito ni Eviota (1992) na pag-iwas ng lalaki sa mga responsibilidad o trabaho sa tahanan. Isang mito ang pagpapakita sa kapangyarihang pinanghahawakan ng babae sa loob ng tahanan sa katauhan ni Lumen. Mapanlinlang ang kapangyarihang ito para sa babae, sapagkat ang nakikinabang sa ganitong klaseng kaayusan ay ang lalaki. Pinagtitibay nito, sa isang hindi nahahalatang paraan, ang patriyarka sa loob ng tahanan: “The increased responsibilities imposed on women by marriage, motherhood, and employment account for what is now recognized as the multiple burden of women and which is a manifestation of gender inequality in the home and in society” (NCRFW 1995: 9). (Ang mga karagdagang responsibilidad na ipinapataw sa mga babae bunga ng pag-aasawa, pagiging ina, at pagtatrabaho ang siyang kinikilala bilang mga maraming pasanin ng babae at manipestasyon ng hindi pantay na pagturing sa kasarian sa tahanan at sa lipunan.)

Ngunit tulad sa soap opera, hindi ang mga mito ang nakikita ng mga manonood sa patalastas; ang nakikita nila ay ang makatotohanang pagtalakay sa mga pang-araw-araw na problema. Sa serye, nabibigyan ng pagkakataon ang mga manonood na makisimpatiya sa mga hinanakit at mga suliranin ni Lumen. Nasusubaybayan, halimbawa, ng mga manonood ang pagsilang, pagbinyag, at paglakad ng dalawang anak ni Lumen na sina Anna at Maria. At nang nag-anunsiyo ang Unilever ng isang timpalak para sa pangalan ng mga anak ni Lumen, lalo nang naging bahagi ng naratibo nina Lumen ang mga manonood.

Sa patalastas ng *Surf*, nakikita rin ng mga maybahay ang isang modelong maaaring gayahin. Sa soap opera, ang mga babaeng may dedikasyon sa kanilang mga anak ay pinupuri at dinadakila (Cantor & Pingree 1983); ganito rin ang nakikita ng mga manonood kay Lumen. Para sa kaniya, katanggap-tanggap na wala siyang trabaho sa labas ng bahay at mamalagi sa tahanan. Ang mahalaga sa kaniya’y ang pagpapalaki sa kanilang mga anak. Kung kaya mula sa unang hakbang, unang kaarawan, at pagsali ng kambal sa sayawan ay naroon si Lumen. Ang mahalaga’y masaksihan niya ang pag-unlad ng kambal.

Sa huli, tinatangkilik ang seryeng ito dahil tulad ng soap opera, nagbibigay ito ng pag-asa sa manonood (Cantor & Pingree 1983). Sa pagwawakas ng bawat yugto, ang lahat ng suliranin ay mayroong solusyon. Ang mantsa’y natanggal, nahanapan ng paraan ang headdress ng kambal, nagkasundo sina Oba at Guada (nanay ni Lumen) sa isusuot ng kambal, at napalitan ang trabaho ni Lando.

Pagkahon ng Serye: Ang Maybahay ng Unilever

Hangarin ng papel na ito na buwagin ang istiryutipo ng babae bilang maybahay sa patalastas ng *Surf* na nag-aangkop at naglalapat ng istruktura ng patalastas sa naratibo at anyo ng soap opera. Sa bandang huli, lumilitaw na nananatili pa ring nakakulong ang babae sa kahon ng maybahay, na nasasakupan ng kapangyarihan ng lalaki sa tahanan. Ang mga imahen ng babaeng makikita sa mga patalastas ng *Surf*, lalo na ni Lumen, ay nagpapatibay sa tungkulin ng mito na gawing natural ang mga ideyang makikita sa patalastas. Ayon kay Barthes (sa Bignell 1997), kung ang mito ay nagmimistulang natural, nagagawa nitong maging katanggap-tanggap ang partikular na kahulugang sosyal bilang katotohanan, kahit na ilan lamang ito sa maraming posibleng maging kahulugan.

Dagdag pa ni Barthes (1973), pinagsisilbihan ng mito ang ideolohikal na interes ng isang grupo sa lipunan, ang naghaharing-uri o ang burgis. Ang mga burgis ay nagmamay-ari ng mga pangunahing institusyon sa lipunan. Pinangangalagaan nila ang istabilidad ng lipunan upang hindi mabago ang kondisyon ng kanilang dominasyon. Masasabing kabilang dito ang malalaking kompanya tulad ng Unilever. Mapanlinlang ang kanilang mga patalastas sapagkat “ang tanging binibigyang-halaga ng mga kompanyang nagpapatilastas ay ang salaping malilikom nila at hindi ang magiging epekto nito sa lipunan” (Landicho sa Pe-Pua 1989: 299).

May dalawang paraan ng pagrerepresenta sa patalastas: 1) *positive appeal* – ipinakikita ang magandang mangyayari kapag ginamit ang produkto, at 2) *negative appeal* – ipinakikita ang mangyayari kapag hindi gumamit ng produkto (Schultz sa Pe-Pua 1989). Sa pamamagitan ng pagpapakita ng isang masayahing pamilya, ginamit ng Unilever ang panghihimok sa paraang positibo. Kung gagamit ang maybahay ng *Surf*,

lahat ng problema niya ay madaling malulutas dahil “wais” ang maybahay na gumagamit nito.

Ginamit din ng Unilever ang istrategiya ng pagtatampok ng isang maybahay upang humimok sa kapwa niya maybahay. Nananatili ang kasikatan ng *Surf* hanggang sa kasalukuyan dahil ang naratibo ng patalastas nito ay tumutugon sa pangangailangan ng mga babae — ang paghahanap ng ideyal bagamat nakakahong imahen ng maybahay. Ngunit gaya ng sinasabi nina Cantor at Pingree (1983: 69), “Through stories, a fictionalized representation of our social structure and social relations are presented. These fictionalized representations provide a mirror of the world, showing how power is allocated in society and how dominance and submission are idealized”. (Sa pamamagitan ng mga kuwento, isang hindi makatotohanang representasyon ng ating panlipunang istruktura at relasyon ang inilalahad. Ang mga hindi makatotohanang representasyong ito ay nagsisilbing repleksiyon ng mundo, kung saan ipinakikita kung paanong pinaghahatian ang kapangyarihan sa lipunan at kung paano ginagawang ideyal ang dominasyon.)

Sa kabuuan, malinaw na sa pagbili ng *Surf* at ng anumang bagay, binibili natin hindi lamang ang produkto kundi maging ang imaheng inirerekomenda nito sa atin.

Konklusyon

Makikita ang paglalapat ng anyo at pormula ng soap opera sa serye ng mga patalastas ng *Surf*. Ito ay istrategiya sa pagbebenta ng naturang sabong panlaba. Sa pamamagitan ng paggamit ng mga imahe ng babae sa soap opera at paggamit ng naratibo ng diskursong itinuturing na pangkababaihan, nakikita ng mga potensyal na mamimili ng *Surf* ang paghahalintulad ng naratibo sa serye sa kanilang buhay. Ipinakikita ang rehimentasyon ng babae, sa katauhan ni Lumen, sa pamilya. Ang imahen ni Lumen na malinis sa bahay, mahusay maglaba, maasikaso sa tahanan, mahusay makipagkapwa-tao, “wais” sa paghawak ng pera, at mabuting manugang at ina ang imahen ng mabuting babae na itinutulak ng teksto ng patalastas. Ang pag-iimahe sa babae sa serye bilang bahagi ng naratibo ang makikitang batayan ng Unilever sa pananaw nila (bagamat ani Potenciano ay hindi sinasadya)

sa tama at angkop na pagkilos ng babae sa lipunan at sa tahanan. Isang mito ang pagpapakita ng ideyal na imahen ni Lumen sa *Surf*. Ito ay dapat buwagin dahil ang tinutugunan nito ay ang interes ng sistemang patriyarkal at kapitalista, na laban sa tunay na interes hindi lamang ng babae kundi ng pamilya.

Tala

- ¹ Sinubukang hingin ng mananaliksik ang karampatang datos para dito mula kay Emmanuel Potenciano subalit hindi ito ibinigay dahil sa malihim na mga gawi ng mga ahensiya ng adbertaysing upang pangalagaan ang mga kliyente nila. Bagamat hindi naibigay ang eksaktong halagang inilaan ng Unilever Philippines sa mga patalastas, ipinagtapat ni G. Potenciano na ito’y umaabot sa milyun-milyong piso, at tumataas ang halaga nito bawat taon lalo na kung ang patalastas ay palagiang ipinalalabas sa telebisyon.

Talasanggunian

- Arnheim, R. (1944). The world of the daytime serial. In Lazarsfeld, P. & Stanton, F. (Eds.), *Radio research 1942-1943* (38-45). New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Association of Accredited Advertising Agencies. (2002). *Media Factbook*. Manila.
- Barthes, R. (1973). *Mythologies*, trans. A. Lavers. London: Granada.
- Berger, A. A. (1997). *Narratives in popular culture, media, and everyday life*. USA: Sage Publications, Inc.
- Berger, A. A. (1998). *Media analysis techniques*. USA: Sage Publications, Inc.
- Bignell, J. (1997). *Media semiotics: An introduction*. USA: Manchester University Press.
- Brown, M. E. (1994). *Soap opera and women’s talk*. USA: Sage Publications, Inc.
- Brunsdon, C. (2000). *The feminist, the housewife, and the soap opera*. Oxford: Oxford University Press.
- Cantor, M., & Pingree, S. (1983). *The soap opera*. USA: Sage Publications, Inc.
- Cruz, I. (1992). Si Lam-Ang, si Fernando Poe Jr., at si Aquino: Ilang kurokuro tungkol sa epikong Pilipino. In Reyes, S. (Ed.). *Kritisismo: mga teorya at antolohiya para sa epektibong pagtuturo ng panitikan* (290-298). Quezon City: Anvil Publishing, Inc.

- Eviota, E. (1992). *The political economy of gender: Women and the sexual division of labor in the Philippines*. London: Zed Books Ltd.
- Modleski, T. (1979), The Search for Tomorrow in Today's Soap Opera. *Film Quarterly*, 33 (1), 12-21.
- National Commission on the Role of Filipino Women (NCRFW). (1995). *Filipino women: Issues and trends*. Philippines: NCRFW & Asian Development Bank.
- Pe-Pua, R. (1989). Ang patalastas at ang sikolohiyang Pilipino. In Pe-Pua, R. (Ed.), *Sikolohiyang Pilipino: Teorya, metodo at gamit* (292- 305). Quezon City: UP Press.
- Propp, V. (1968). *Morphology of the folktale*. Austin: University of Texas Press.
- Ryan, J., & Wentworth, W. (1999). *Media and society*. USA: Allyn and Bacon.
- Strinati, D. (2000). *An introduction to studying popular culture*. USA: Routledge.

Panayam

Potenciano, Emmanuel (Assistant Branch Manager-Homecare, Unilever).
Panayam sa telepono, 5 Nobyembre 2003 at 18 Hunyo 2004.

Video CD

Kopya ng mga patalastas ng *Surf* 1997-2003. Pinahiram ni G. Emmanuel Potenciano, Assistant Baranch Manager- Home Care Unilever Philippines

Online Resource

<http://www.unilever.com>

Elyrah L. Salanga is an instructor at the Department of Filipino and Philippine Literature of the University of the Philippines College of Arts and Letters. She is currently pursuing her master's degree in Philippine Studies in the same university. She won third prize in the Talaang Ginto: Gawad Surian sa Tula 2004 competition of the Komisyon sa Wikang Filipino.