

◀ CLAUDIA BENASSINI FÉLIX*

El papel de la telenovela latinoamericana en la formación de comunidades virtuales: propuestas para su abordaje



principios de la década de 1950 se iniciaron en Argentina, Cuba y México las transmisiones de las primeras telenovelas. Aunque todavía no tenían las características del género en cuanto a periodicidad, formato y duración, los historiadores del género reconocen en estas historias los primeros antecedentes¹. Gradualmente, el género fue arraigándose en el gusto del público: primero las mujeres adultas, particularmente las amas de casa; más adelante otros miembros de la familia y de la comunidad en los diversos países latinoamericanos que optaron por la telenovela como parte de su oferta televisiva.

Y también gradualmente, a partir de la década de 1960, el melodrama latinoamericano inició un proceso de internacionalización. Uno de los países precursores fue México, a través de Emilio Azcárraga Vidaurreta — entonces presidente de *Telesistema Mexicano*, ahora *Televisa*—, quien seleccionó a Estados Unidos como el país en el que se retransmitiría la programación, incluidas las telenovelas, que había tenido éxito en México. Sin embargo, la década de los años setenta marcaría el inicio del intercambio de telenovelas entre los diversos países latinoamericanos, de acuerdo con las políticas de cada televisora. El siguiente paso, una década más tarde, sería

Master en Ciencias Sociales por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, pasante de Doctorado en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana. Desde 1983 es profesora e investigadora en el Departamento de Comunicación en la Universidad Iberoamericana Santa Fe, Ciudad de México, donde coordina el Área de Teorías de la Comunicación. Coordinadora nacional de la investigación latinoamericana sobre *Campos Profesionales y Mercados Laborales*, auspiciada por FELAFACS y la Fundación Konrad Adenauer. E-mail: claudia.benassini@uia.mx

¹ Por ejemplo, en 1952 se inició en México la transmisión de *Angeles de la calle*, los sábados por la tarde en capítulos de una hora. La serie se prolongó durante casi tres años. Más o menos por la misma época se iniciaron las primeras telenovelas argentinas, que se transmitían tres veces a la semana. Ambos casos, aun cuando no tenían las características de la telenovela en cuanto a seriación, son reconocidos como los primeros antecedentes del género en América Latina.

la conquista de otros mercados, proceso que iniciaron Televisa de México y Globo de Brasil, a las que se sumarían otras empresas desde sus respectivos países.

En la actualidad, la industria de la telenovela se ha expandido por toda América Latina; entre los principales países productores se encuentran Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú y Venezuela, que intercambian sus producciones entre sí y con otros países de la región que por diversas razones no han incursionado en este ámbito². Así mismo, esta expansión ha logrado conquistar, con diversas dificultades, otros mercados en Europa, Asia y África. En suma, los aficionados al género se encuentran por millones y en diversas partes del mundo, como China, Rusia, Bulgaria, Chipre, Medio Oriente y diversos países de Europa Occidental. Con mayor o menor intensidad —dependiendo tanto de las demandas del público como de la situación particular de cada país— las telenovelas circulan de manera creciente en el mercado mundial, aunque los ciclos de circulación difieren unos de otros³, como también difieren las condiciones de recepción⁴.

En este sentido, si bien es cierto que se han emprendido estudios de carácter local y nacional que buscan profundizar en las modalidades de apropiación y consumo de la telenovela⁵, dichos estudios todavía no abarcan las dimensiones de un fenómeno que ya ha asumido características mundiales. Prácticamente la única información disponible sobre el desempeño de nuestras telenovelas en el extranjero proviene de la prensa local o de la misma televisión. Así mismo, la telenovela latinoamericana no sólo está inundando el mundo; desde hace varios años ha comenzado a expandirse por el ciberespacio. Primero, a través de las páginas oficiales de las televisoras, en las que dan a conocer su oferta programática y, en muchos casos, la síntesis semanal de las telenovelas que se transmiten en sus respectivos países. Páginas que, en segundo lugar, los aficionados al género han empezado a subir a internet con información de diversas características. Periódicamente, los directores de búsqueda dan cuenta del número de páginas sobre telenovela que, desde sus lugares de origen, proporcionan información sobre su género favorito.

En suma, una investigación sobre este fenómeno adquiere relevancia si tenemos en cuenta que la información que circula a través de estas páginas ha comenzado a cobrar la forma de una comunidad virtual⁶. Por lo menos dos razones la justifican. En primer lugar, como ya se dijo, se han emprendido diversos estudios sobre apropiación de la televisión⁷ y, separadamente, sobre la formación de comunidades virtuales. Sin embar-

go, no se ha explorado el fenómeno de la apropiación del género y su consecuente resignificación en las comunidades virtuales. En suma, se trata de una manifestación de la apropiación en un producto personal que circulará entre un número indefinido de usuarios. En segundo lugar, por el intercambio de información que se produce a través de estas páginas, un fenómeno sociocultural poco explorado. Las siguientes páginas constituyen el avance de una investigación sobre el tema, en el que se describen las principales características de veinte páginas de internet elaboradas por aficionados a las telenovelas, acompañadas de una reflexión teórica, así como de propuestas para su abordaje como objeto de estudio.

► LOS NUEVOS MEDIOS FRENTE A LOS MEDIOS TRADICIONALES

Diversos autores⁸ sostienen que una reflexión sobre los nuevos medios de comunicación supone como punto de partida una reflexión previa sobre los medios tradicionales. En el caso de la televisión, su acelerada

² Un estudio al respecto rebasa las características de este trabajo. Sin embargo, entre otras razones cabe destacar la opción por importar telenovelas, que evita los costos y ofrece al público una producción con ciertas probabilidades de éxito comercial.

³ En general, existen coincidencias en lo que circula en América Latina, que normalmente son estrenos recientes. En un segundo momento, las producciones pasan a Estados Unidos y Europa Occidental. Finalmente llegan con un atraso de hasta tres años a otros países como los Emiratos Arabes y algunas regiones de Europa Oriental.

⁴ El doblaje es muy caro y no todos los países consumidores del género pueden costearlo. En algunos casos se consiguen traducciones, aunque habría que ver hasta dónde son fieles al original; en otros casos se mantienen los diálogos y una voz *en off* platica al televidente lo que está sucediendo, sin que tampoco haya mucha información sobre si se respeta o no el original.

⁵ Hace aproximadamente diez años un grupo de investigadores latinoamericanos emprendió un ambicioso estudio acerca de las condiciones de producción y apropiación del género. Parte de los resultados locales de este trabajo puede encontrarse en MARTÍN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia. *Televisión y Melodrama*, Bogotá: Progreso, 1990 y MAZZIOTTI, Nora. *La industria de la telenovela*. Buenos Aires: Colihue, 1993.

⁶ Según Manuel Castells, en concordancia con el argumento de Howard Rheingold, "por ellas suele entenderse una red electrónica autodefinida de comunicación interactiva, organizada en torno a un interés o propósito compartido, aunque a veces la comunicación se convierte en sí misma en la meta. Estas comunidades pueden estar relativamente formalizadas (...), o formarse de modo espontáneo por redes sociales que siguen entrando en el sistema para enviar y recuperar mensajes con una pauta temporal elegida (ya sea en tiempo real o demorado)". CASTELLS, Manuel. *La sociedad de la información; economía, sociedad y cultura*. Vol. 1: *La sociedad red*. Madrid: Alianza, 1996. p. 395.

⁷ Además de los casos ya citados, específicamente sobre la telenovela latinoamericana, cabe añadir MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1994.

⁸ Por ejemplo, CASTELLS, Manuel. Op. Cit., pp. 360 y ss; GUBERN, Román. *El eros informático*. Madrid: Taurus, 2000. Sobre todo la segunda y tercera partes.

expansión después de la Segunda Guerra Mundial y la consolidación de su primera etapa como medio de comunicación dominante a nivel mundial a fines de la década de los años sesenta constituyen una primera etapa del proceso que se consolidaría a lo largo de las dos décadas siguientes. Por su parte, la década de los años setenta es el punto de partida de las nuevas tecnologías de comunicación y su vinculación con la televisión. El desarrollo y rápida expansión de los sistemas de televisión, el videocasete y los satélites de comunicación directa contribuyeron a que gradualmente la oferta programática proveniente de un solo país se expandiera no sólo al interior del mismo —a los lugares a los que no había podido llegar por las características geográficas, o por limitaciones tecnológicas—, sino también a los diversos países del mundo que fueron accediendo a las nuevas tecnologías de comunicación. Durante la última década, los logros alcanzados por el perfeccionamiento de la fibra óptica y la digitalización, consolidaron a la televisión como el medio de comunicación planetario. Este proceso no sólo fue producto de la vinculación entre la televisión y las nuevas tecnologías, sino también de un conjunto de alianzas estratégicas que se iniciaron a comienzos de 1980.

Sin embargo, estos avances no llegaron a consolidar la interactividad entre la televisión y el usuario. Esta llegaría a través de las computadoras y sus avances, hasta llegar a la consolidación de internet y la *world wide web* (*www*),

“una red flexible de redes dentro de internet donde las instituciones, las empresas, las asociaciones y los individuos crean sus propios ‘lugares’ y, en virtud de ellos, cualquiera con acceso puede producir su ‘página particular’, compuesta por una mezcla variable de texto e imágenes”⁹.

El advenimiento y consolidación de esta nueva forma de comunicación hizo posible el intercambio de información en sus diversas modalidades. Una de ellas, el entretenimiento, casualmente la misma modalidad que se había consolidado exitosamente en la televisión comercial de diversas partes del mundo. Mediante este proceso, la telenovela había encontrado también otra

“Los nuevos medios se convierten en un espacio más para la socialización de estas conversaciones y, en consecuencia, para una nueva modalidad de intercambio simbólico, mediada por la interactividad de la computadora”.

posibilidad de conquistar a los aficionados en el ciberespacio: a través de las características de la *www*. A través de las distintas propuestas de *webhosting* (almacenamiento) de los llamados Proveedores de Servicio de Internet (ISP), los usuarios pueden tener acceso a páginas de internet gratuitas o por un costo fijo para los interesados, que en

México oscila entre los treinta y cinco y los ochenta y cinco dólares mensuales, dependiendo de los servicios solicitados. Por lo que se refiere a las páginas gratuitas, por ejemplo *Yahoo*, a través de *Geocities*, ofrece espacio en disco duro, para la difusión de páginas en internet, siempre y cuando permitan a la empresa insertar publicidad en éstas¹⁰.

Por otra parte, a la interactividad que caracteriza el uso de la computadora y a las posibilidades abiertas por *www*, cabe añadir que los equipos modernos permiten al usuario acceder gratuitamente a diversos tipos de software que no sólo enriquecen el equipo adquirido, sino que permiten escuchar música y ver imágenes tanto fijas como en movimiento. Esto último abre la posibilidad de recibir películas y programas de televisión por vía digital, lo cual propicia nuevas modalidades de circulación provenientes de los medios tradicionales y de los nuevos medios de comunicación. Así, es cada vez más frecuente que los usuarios de la computadora y navegadores del ciberespacio accedan a *Real Player*, *Real Audio*, *Quick Time*, etc., a través de *Netscape*, *Explorer* u otros programas de navegación. La única limitante, claro está, es la memoria instalada del equipo que el proveedor local puede ampliar hasta cierta capacidad.

► LA TELENOVELA LATINOAMERICANA EN EL CIBERESPACIO

La reflexión anterior sobre los medios tradicionales y los nuevos medios de comunicación remite a otra relación entre ambos. Los primeros, particularmente la televisión a través de sus mensajes, se constituyen en temas para la conversación cotidiana y para el intercambio simbólico de su oferta programática, a través de la apropiación de dichos contenidos. Los segundos se convierten en un espacio más para la socialización de

⁹ *Ibid.*, p. 383.

¹⁰ Estos datos fueron proporcionados por Carlos Enrique López, del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey Campus Estado de México.

estas conversaciones y, en consecuencia, para una nueva modalidad de intercambio simbólico, mediada por la interactividad de la computadora. En suma, las modalidades de acceso de la programación televisiva a nivel planetario, han propiciado su circulación en diversas partes del mundo. Asimismo, las modalidades abiertas por internet permiten que los aficionados al género elaboren sus propias páginas, a través de las cuales efectuarán diversas modalidades de intercambio simbólico con otros aficionados. Este proceso se inició en 1996 cuando Yolette Nicholson, *cibertelenoveler* de ascendencia venezolana con residencia en Estados Unidos, subió su página *Rincón Latino* como una forma de intercambiar opiniones con otros aficionados al género¹¹.

Rápidamente, su página se convirtió en un punto de referencia para la consulta y discusión sobre telenovelas latinoamericanas, visitada no sólo por habitantes de la región —desde sus países de origen o desde otras partes del mundo—, sino también por aficionados al género provenientes y ubicados en países tan diversos como España, Italia, Israel, Rusia, Chipre y Bulgaria, entre otros. En suma, el espacio de Yolette constituyó una de las primeras comunidades virtuales a propósito de las telenovelas. Hasta la fecha, su sitio se ubica en un *webhosting* ubicado en la ciudad de Nueva York y todavía es frecuentado por sus primeros visitantes a los que se han sumado otros. Sin embargo, las posibilidades abiertas por *Yahoo* y otros directorios propiciaron que los miembros de la comunidad inicial siguieran su ejemplo por diversas razones, entre otras, el interés de contar con su propio espacio y diferencias con algunos visitantes. Sin embargo, ella mantiene entre sus enlaces los foros de discusión abiertos por aficionados en Argentina, Chile, España y Puerto Rico. Además, otros aficionados han incursionado en el ciberespacio con sus páginas propias

“Como estas páginas son actualizadas por ciberaficionados en sus tiempos libres, en muchos casos no logran tenerlas al día, por lo que es frecuente encontrar disculpas argumentando falta de tiempo debido al trabajo: todos son estudiantes o empleados, algunos en televisoras locales. Otros son guionistas o críticos, por lo que algunos sitios logran un buen nivel en cuanto al contenido y en cuanto a la calidad de los comentarios de sus visitantes”.

pero continúan en contacto con *Rincón Latino*, aunque sus visitas no sean tan frecuentes. Una primera revisión a veinte sitios de aficionados muestra las siguientes características:

La portada

Es la bienvenida al usuario; por lo tanto, procura ser atractiva e invitarlo a navegar por sus páginas. La mayoría recurre a fotografías que muestran escenas de las telenovelas favoritas o de las que actualmente se transmiten en el país del ciberaficionado. En la mayoría de las ocasiones, incluye también el índice del sitio y un adelanto de lo que encontrará en el interior. En otros casos, la portada es únicamente una fotografía de la telenovela seleccionada y una invitación a visitar el índice y el resto de las páginas. Las imágenes, las telenovelas y el resto de la información es seleccionado a criterio del autor, criterio que muchas veces es aceptado como exitoso por los visitantes.

Lo nuevo

Prácticamente todos los ciberaficionados incluyen esta sección en su sitio. Se trata de una bitácora de las novedades que los visitantes encontrarán en sus páginas hasta la última fecha de actualización, con vínculos a dichas novedades. Esta información permite no sólo encontrar las novedades, sino también el nivel de actualización del sitio: si no contiene novedades ‘al día’, propiciará la decepción y la eventual salida del visitante. En todos los casos la bitácora incluye enlaces a las páginas que se han actualizado. Como estas páginas son actualizadas por ciberaficionados en sus tiempos libres, en muchos casos no logran tenerlas al día, por lo que es frecuente encontrar disculpas argumentando falta de tiempo debido al trabajo: todos son estudiantes o empleados, algunos en televisoras locales, otros son guionistas o críticos, por lo que algunos sitios logran un buen nivel en cuanto al contenido y en cuanto a la calidad de los comentarios de sus visitantes.

Las telenovelas

Los veinte sitios visitados incluyen este apartado con mayor o menor extensión. Hay quienes recurren

¹¹ Para mayor información al respecto véase BENASSINI, Claudia. *La telenovela latinoamericana en el ciberespacio*, ponencia presentada en el Encuentro Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Recife, Brasil, septiembre de 1998.

a medios locales y presentan la síntesis semanal; otros añaden archivos más o menos extensos, ordenados alfabética o cronológicamente, ligados a las fichas técnicas compiladas que van en aumento. Para este trabajo recurren al apoyo de los visitantes, quienes reciben el crédito correspondiente y contribuyen a la ampliación del archivo. Asimismo, hay quienes dedican estas páginas a las telenovelas que actualmente se transmiten en sus países de origen, otros presentan avances de los éxitos del género que están al aire en los países de los que provienen las telenovelas que previsiblemente se transmitirán en el suyo, mientras que otros más anuncian la proximidad del final y el estreno de las novedades. Una ley no escrita, aunque llevada a la práctica en todos los sitios, es que el final no se hace público, aunque suele anunciarse para que los curiosos se enlacen.

La música y las imágenes

Conforme ha evolucionado la tecnología computacional, los autores de estos sitios invitan a los usuarios a escuchar los temas de sus telenovelas favoritas, que enlistan más o menos exhaustivamente, dependiendo de sus posibilidades, así como de las sugerencias y aportaciones hechas por los visitantes. Excepcionalmente, también se invita al visitante a ver escenas fijas de sus telenovelas favoritas. En ambos casos se indica que se requiere de un *software* especial para acceder a imágenes y sonido que se sugiere bajar de las propias páginas.

Los enlaces

Este espacio es importante, pues da cuenta de la información que tienen los propietarios de los sitios, así como de su acceso a la misma. Pueden incluir actores y actrices; televisoras locales, nacionales e internacionales en los que se están transmitiendo las telenovelas del país del propietario, o bien qué telenovelas se transmiten en diversos canales del mundo¹²; periódicos y revistas

“El foro de discusión constituye la parte más importante del sitio, pues da cuenta de los visitantes y de las temáticas que les preocupan. En este sentido, llama la atención el hecho de que los sitios más conocidos son los más concurridos y, en consecuencia, son los que tienen un mayor número de mensajes colocados”.

que publican notas sobre telenovelas, así como otros sitios similares al visitado. En la medida en que hay más información en esta página, el visitante se percatará de su actualización, del número de medios enlazados y del intercambio que hay con páginas similares. Así, habrá quienes constantemente añaden nuevos enlaces y quienes desde hace tiempo mantienen los mismos, aunque actualizados en lo que se refiere a las telenovelas.

Chat

Para acceder a la conversación sobre el tema y antes de entrar a este espacio, se advierte que es necesario que el visitante registre unos datos obligatorios, es decir, dirección electrónica y clave de acceso, y otros, como país de origen, nombre real, ocupación, etc. Si bien la mayoría de los sitios visitados cuentan con esta sección, existen tres modalidades al respecto que no se contraponen entre sí. La primera, una conversación con el estelar masculino y/o femenino de la telenovela del momento; en ese caso se convoca a los visitantes en una fecha y hora¹³ específicas; los resultados se publican posteriormente a través de un enlace a una página del sitio. Otra modalidad es fijar las conversaciones sobre las telenovelas del país en el que se localiza el propietario del sitio; hay quienes llegan a recomendar los horarios más fluidos, de modo que los interesados encontrarán más posibilidades de intercambiar opiniones sobre las telenovelas. Si bien la discusión se propone en torno a las telenovelas del país de origen, lo cierto es que en la conversación salen a flote las telenovelas de otros países, por lo que el propietario, aunque pretende inducir la conversación, a fin de cuentas propicia el intercambio de opiniones sobre telenovelas que se transmiten en los diversos puntos donde se ubican los aficionados al género. Una última modalidad es propiciar la conversación entre los visitantes al sitio, con la desventaja de que no sea tan fluida como en los casos anteriores. Sin embargo, son pocos los sitios que recurren a esta modalidad de manera exclusiva.

¹² En este último caso, y salvo excepciones, la información no está actualizada y se identifica mediante la fecha de actualización de la página, lo que se está transmitiendo en el país en el que se ubican los visitantes—quienes suelen enviar los datos más recientes—, o a través de los foros de discusión.

¹³ Generalmente la hora se indica a través de un criterio universal: Greenwich, Centro de Estados Unidos, etc., de modo que los interesados puedan hacer la conversión al país en el que se ubican. Asimismo, esta modalidad también da cuenta de la capacidad de convocatoria del propietario del sitio, pues no es frecuente que los actores accedan a participar en páginas de aficionados. Más bien lo hacen en páginas concurridas, normalmente propiedad de gente conocida en el medio.

Foros

Dieciocho páginas visitadas incluyen este espacio en su sitio y todas recurren al Sistema de Tableros de Anuncios o *Bulletin Board Systems* (BBS) que, según Castells, no necesitan

"redes informáticas complicadas, sólo ordenadores personales, módems y la línea telefónica. De este modo, se convirtieron en los tableros electrónicos de noticias de toda clase de intereses y afinidades, creando (las) 'comunidades virtuales'¹⁴.

A diferencia de lo que supone visitar otras partes del sitio, participar en los foros implica reglas, que generalmente aluden al respeto y al uso de un lenguaje apropiado, así como a otra ya comentada: no contar abiertamente el final de la telenovela. Quienes infrinjan estas leyes se harán acreedores a diversas sanciones: desde llamadas de atención por parte del propietario o los mismos usuarios hasta la expulsión definitiva del foro, sanción que suele ser poco frecuente. Otra posibilidad es la de que su mensaje se coloque en páginas interiores, con lo cual los visitantes difícilmente lo consultarán y menos aun lo responderán. Las reglas de participación se advierten desde el principio y suelen mantenerse a la vista para los nuevos visitantes.

El foro de discusión constituye la parte más importante del sitio, pues da cuenta de los visitantes y de las temáticas que les preocupan. En este sentido, llama la atención el hecho de que los sitios más conocidos son los más concurridos y, en consecuencia, son los que tienen un mayor número de mensajes colocados. Así, hay algunos que llegan a registrar hasta cien nuevos mensajes diarios, mientras que los más modestos pueden pasar días sin una nueva colocación. También hay visitantes que establecen sus propios 'circuitos' a través de los lugares de su elección, normalmente bajo el criterio de que ahí se discuten los temas de su interés, o porque en esos sitios reciben más respuestas a sus mensajes de las que reciben en otros foros. La visita a estos foros permite ver el nivel de lo que se discute, que es muy desigual: mientras en unos, además de la plática cotidiana sobre el tema, se habla del melodrama y sus orígenes, o de la historia del género en los países latinoamericanos¹⁵, en otros, la mayoría, abundan la trivialidad y los comentarios desechables, que no pasan de un par de mensajes colocados. Otro aspecto importante de los foros es que, sobre todo en los más visitados y/o los que tienen mayor nivel, se advierte la presencia de ciertos líderes de opinión, es decir, aquellos que tienen más participación y/o mensajes o respuestas son de mayor

calidad, además de que colocan mensajes provenientes de la prensa y la televisión, es decir, realizan pequeñas investigaciones sobre el tema. Estos líderes organizan la discusión, orientan a sus grupos y suelen ser reconocidos como tales por el resto de la comunidad virtual¹⁶. De aquí su importancia en los sitios sobre telenovelas.

Libro de visitas

Parte de las páginas visitadas suele incluir un libro de visitas, que se pide firmar antes de la salida. Una revisión a esta parte de los sitios proporciona información sobre el lugar de procedencia del visitante¹⁷, información que, vinculada a su país de origen y a su participación en los foros y en los *chats*, contribuye a conformar un panorama sobre los ciclos de circulación de la telenovela en diversas partes del mundo. Asimismo, el libro de visitas muestra también la participación de los cibertelenoveleros en diversos sitios relacionados con el tema, con lo cual se generan otras modalidades de intercambio conversacional entre comunidades virtuales sobre el género. Sin embargo, a pesar de su utilidad, incluso para los administradores de los sitios, el libro de visitas tiende a desaparecer. Se ha sustituido por una creciente participación en los foros de discusión, así como con los comentarios a los administradores vía correo electrónico, de modo que únicamente ellos tienen acceso a la información.

En suma, el *chat*, los foros de discusión y el libro de visitas se constituyen en los principales espacios para el intercambio comunicativo entre los adictos al género.

¹⁴ CASTELLS, Manuel, Op. Cit., pp. 386-387. El único sitio constituido únicamente como foro de discusión es uno de los tres visitados sobre las telenovelas chilenas <http://network54.com/Hide/Forum/22124>. A su vez, *Rincón Latino* incluye enlaces a foros sobre telenovelas portorriqueñas y vía digital a España.

¹⁵ En estos foros participan, o son creados por profesionales de la telenovela: críticos, guionistas, directores e incluso actores y actrices de cierto renombre por la calidad de su trabajo. Sin embargo, en la gran mayoría los visitantes suelen ser adolescentes o jóvenes de ambos sexos, aficionados a la telenovela, cuyas aportaciones son más bien triviales y pasajeras. Cabe añadir que en cinco casos seleccionados por el número de visitantes, se realizó una observación participante que permitió corroborar la información al respecto.

¹⁶ De hecho, una siguiente parte de este trabajo consiste en un análisis conversacional de los foros de discusión sobre telenovelas más visitados en el ciberespacio.

¹⁷ Dadas las modalidades de obtención de una cuenta de correo electrónico a través de portales nacionales o internacionales —como Yahoo y Hotmail— suele ser difícil determinar la procedencia de los visitantes, a menos que ellos la expliciten abiertamente. El libro de visitas suele ser de utilidad para determinar dicha procedencia. Sin embargo, en muchos casos el anonimato permanecerá puesto que el visitante recurre a seudónimos para ocultar su identidad.

Para ello utilizan la escritura, considerada por Román Gubern como la materia prima de la comunicación a través de la red.

"Pero sus textos son palabras despojadas de su contexto subjetivo de enunciación, a diferencia de la entonación y la gestualidad que acompañan la comunicación cara a cara, y a diferencia también de las cartas manuscritas, en las que la caligrafía, el papel perfumado o los pétalos de flor pueden añadir un importante plus emocional al mensaje. Para 'caldear' el texto escrito con cierta temperatura emocional se han inventado las *emoticons* (de *emotions* + *icons*), que son figuras ideográficas alfanuméricas formadas con signos de puntuación del teclado, para expresar estados de ánimo y otras características de los interlocutores, como (sonrisa); (infelicidad); 8-), (personaje que lleva gafas); 8-& (personaje con los labios sellados) etc.¹⁸".

Un elemento adicional a considerar en un posterior análisis conversacional de estos espacios.

Sin embargo, el recorrido por estos espacios en los que el visitante deja sus huellas, corrobora las afirmaciones de Manuel Castells en el sentido de que

"estas redes son efímeras en lo que respecta a los participantes. Aunque una conferencia o tablón de anuncios determinados pueden mantenerse durante largo tiempo en torno a un núcleo de usuarios informáticos devotos, la mayoría de las contribuciones y la interacción son esporádicas, ya que la mayor parte de la gente entra y sale de las redes según cambian sus intereses o siguen sin cumplirse sus expectativas. Avanzaría la hipótesis de que en esas comunidades virtuales 'viven' dos tipos muy diferentes de poblaciones: una diminuta minoría de aldeanos electrónicos 'que se han asentado en la frontera electrónica' y una multitud transeúnte para la cual las incursiones ocasionales dentro de varias redes equivale a explorar existencias bajo el modo de lo efímero¹⁹".

Finalmente, un recorrido por estos sitios muestra que cada quien le imprime su sello personal, que constituye una forma de apropiación de los contenidos de las telenovelas y de puesta en circulación a través del ciberespacio. Esto es particularmente evidente en la

selección de las imágenes, la música y las telenovelas, así como en la información que se colocará en los foros de discusión. Asimismo, se advierte que unos son más profesionales que otros, en términos de la presentación y actualización de las páginas. Esto suele depender de si es su propia página o si recurren a un *webhost* que se encarga de administrarla, así como del tiempo disponible para incluir las novedades y, en su caso, responder a los nuevos mensajes. Todos los sitios visitados son manejados por aficionados al género que realizan diversas actividades profesionales y atienden su página en tiempos libres. De ahí que sea frecuente la disculpa por no actualizarla o por no responder a los mensajes de los visitantes.

De ahí que sea frecuente la disculpa por no actualizarla o por no responder a los mensajes de los visitantes.

► PROPUESTAS PARA CONTINUAR

Los apartados anteriores dieron cuenta de la organización de comunidades virtuales cuyo eje central es la telenovela latinoamericana. El hilo conductor ha sido la confluencia entre medios tradicionales y nuevos medios de comunicación. El abordaje de estas nuevas modalidades de organización ofrece un abanico de posibilidades, entre las que cabe proponer las siguientes y sus posibles combinaciones, además de las

que el lector pueda tener en mente y la ya sugerida del análisis conversacional:

"Visitar las páginas seleccionadas, verificar la información nueva, ver si hay mensajes colocados bajo el propio y responderlos utilizando para ello el capital cultural que han adquirido sobre la telenovela, forma parte de un ritual cotidiano que no sólo constituye en sí mismo una modalidad de empleo del tiempo libre, sino también una alternancia entre los medios tradicionales y los nuevos medios de comunicación."

El ritual de participación en la comunidad virtual

Como en el caso de los medios tradicionales²⁰, sentarse frente a la computadora y participar en los foros de discusión, sobre la telenovela en este caso, constituye un ritual. Visto de esta forma, según Michael Real, es una actividad que tiene pautas, que es simultánea a otros intereses y es continua. "Una

¹⁸ GUBERN, Román, Op. Cit., pp. 137-138. Cursivas del autor.

¹⁹ CASTELLS, Manuel, Op. Cit., p. 395. Comillas del autor.

²⁰ Este punto ha sido estudiado por autores como GOETHALS, T. *El ritual de la televisión*. México, Fondo de Cultura Económica, 1986.

aproximación ritual a la cultura mediática ofrece un sentido dinámico de cómo construimos y continuamos nuestras interacciones con el mundo que nos rodea²¹. Esto es particularmente válido para el caso de los 'aldeanos electrónicos', parafraseando a Castells. Visitar las páginas seleccionadas, verificar la información nueva, ver si hay mensajes colocados bajo el propio y responderlos utilizando para ello el capital cultural que han adquirido sobre la telenovela, forma parte de un ritual cotidiano que no sólo constituye en sí mismo una modalidad de empleo del tiempo libre, sino también una alternancia entre los medios tradicionales y los nuevos medios de comunicación. Por lo tanto, este acercamiento incluye también las maneras en que los usuarios se apropian del género y la ya sugerida por parte de los administradores.

Organización de las comunidades virtuales en torno a la telenovela

Castells destaca dos tipos de miembros de las comunidades virtuales: los asiduos y los pasajeros. En este trabajo se ha delineado también al líder, que constituye un tercer tipo, y, al menos, algunas de sus características. Queda pendiente un análisis más profundo sobre las diversas modalidades de organización de estas comunidades en relación con los liderazgos identificados²², la tipología de los visitantes en los términos señalados, así como los circuitos que se establecen entre páginas, el respeto a las reglas y las sanciones a las que se hacen acreedores los infractores. Un trabajo de este tipo contribuye a mostrar que las comunidades virtuales organizadas en torno a la telenovela no son homogéneas,

“Queda pendiente un análisis más profundo sobre las diversas modalidades de organización de estas comunidades en relación con los liderazgos identificados, la tipología de los visitantes en los términos señalados, así como los circuitos que se establecen entre páginas, el respeto a las reglas y las sanciones a las que se hacen acreedores los infractores. Un trabajo de este tipo contribuye a mostrar que las comunidades virtuales organizadas en torno a la telenovela no son homogéneas, sino que tienen sus particularidades”.

sino que tienen sus particularidades. El mismo Castells sugiere una hipótesis al respecto:

“Como el acceso a la comunicación a través del ordenador es restrictivo cultural, educacional y económicamente, y lo será durante mucho tiempo, su efecto cultural más importante podría ser en potencia el reforzamiento de las redes sociales culturalmente dominantes, así como el aumento de su cosmopolitismo y globalización²³”.

Cabe adelantar que no todas las comunidades virtuales constituidas en torno a la telenovela se organizan y comportan de la misma manera; sin embargo, las relaciones que se establecen entre sus miembros asumen las características sugeridas por el autor. Este acercamiento supone también las maneras en que los *telenoveleros* se comunican en el ciberespacio. Al respecto, Román Gubern afirma que en la comunicación interpersonal a través de la red, la invisibilidad física de los comunicantes aporta una ventaja y un inconveniente a la vez:

“1) protege a los corresponsales con un anonimato *de facto* y ello les permite o una mayor franqueza comunicativa o, por el contrario, una ocultación de defectos propios, o una simulación ventajosa; 2) pero esta invisibilidad hace también que la comunicación sea menos completa (y a veces menos gratificante) que si fuera cara a cara. Pero en este juego no todo el mundo aspira a culminar la relación cibernáutica en el mundo de 3-D²⁴”.

► LAS COMUNIDADES VIRTUALES COMO UN EJEMPLO DE LA REVOLUCIÓN COGNITIVA

De la propuesta anterior se desprenden nuevas modalidades de organización y de comunicación que se enmarcan en lo que Norbert Bilbeny denomina la 'revolución cognitiva', cuyos cambios ubica en los ámbitos del conocimiento y de una *sociedad metropolitana*, que se expande en el planeta a partir de la década de los años sesenta y posee las características de una *macrosociedad* en condiciones de sobrepoblación no comparables con ninguna escala social anterior.

²¹ REAL, Michael. *Exploring Media Culture*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1996. p. 46. Real retoma a James Carey, para quien el ritual "concibe a la comunicación como un proceso a través del cual una cultura compartida es creada, modificada y transformada" (Ibid.:45).

²² Por ejemplo, se puede ser líder en una comunidad y pasar desapercibido en otra, así como hay quienes son líderes en varias.

²³ CASTELLS, Manuel. Op. Cit., p. 396.

²⁴ GUBERN, Román. Op. Cit., p. 143.

"Esto hace variar las relaciones de comunicación entre sus individuos, algo determinante, en cada tipo de sociedad, de gran parte de sus otras características. En la sociedad metropolitana la comunicación se lleva a cabo a través de *comunidades mediáticas* o muy dependientes de sus propios medios técnicos de relación, hasta el punto de convertir en un recuerdo atávico las comunidades cara a cara, existentes durante un millón de años, y las comunidades orales, vigentes desde el Neolítico hasta la introducción masiva de la prensa y la radio²⁵".

El autor añade que la revolución cognitiva está cambiando el mundo en la forma de simbolización de la realidad y en lo cultural, particularmente en lo que se refiere a la forma de enfocar la 'cultura de hechos' y la de 'las ideas o creencias'. Es decir, hay una primacía de la cultura informativa sobre la valorativa. Las características de los sitios visitados, particularmente las páginas en las que el cibertelenoveleros deja su huella, propician un acercamiento desde esta perspectiva, que complementa las propuestas anteriores, con una mirada a estas nuevas formas de organización y de comunicación, así como a sus implicaciones.

Una última observación se refiere al abordaje metodológico del ciberespacio. En las páginas previas se han sugerido algunas metodologías que se han utilizado para el análisis de los medios tradicionales de comunicación, y que bien pueden aplicarse a los nuevos medios, como el análisis conversacional y la encuesta²⁶, debidamente ajustadas a las características del nuevo de objeto de estudio. La observación participante también ha sido de utilidad para el acercamiento a un objeto de estudio que se sale de los tradicionales, y muestra sus posibilidades en un nuevo ámbito, aun cuando sus implicaciones están por verse y discutirse. Con la etnografía del ciberespacio propuesta por Edward Barrett y Marie Redmond²⁷ se abren nuevas posibilidades de exploración de un ámbito sobre el que todavía queda mucho por investigar. ◀

²⁵ BILBENY, Norbert. *La revolución en la ética*. Barcelona: Anagrama, 1997. p. 15. cursivas del autor.

²⁶ Personalmente, he recurrido a la encuesta en el ya citado trabajo, y sus hallazgos han corroborado hipótesis previas sobre los hábitos de exposición a la telenovela por parte de las audiencias latinoamericanas. También la utilicé con buenos resultados en el trabajo *Ciberhinchas, ciberaficionados, cibertifosi; Internet: un nuevo espacio para el fútbol*, publicado en el No. 12 de la revista *Contratexto*, Universidad de Lima, noviembre de 1999.

²⁷ BARRETT, Edward y REDMOND, Marie. *Medios contextuales en la práctica cultural, la construcción social del conocimiento*. Barcelona: Paidós, 1997.

► BIBLIOGRAFÍA

- BARRETT, Edward y REDMOND, Marie. *Medios contextuales en la práctica cultural, la construcción social del conocimiento*, Barcelona: Paidós, 1997.
- BENASSINI, Claudia. *La telenovela latinoamericana en el ciberespacio*. Ponencia presentada en el Encuentro Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, Recife, Brasil, septiembre de 1998.
- BENASSINI, Claudia. *Ciberhinchas, ciberaficionados, cibertifosi; internet: un nuevo espacio para el fútbol*. En *Contratexto* No. 12, noviembre de 1999, Universidad de Lima.
- BILBENY, Norbert. *La revolución en la ética*. Barcelona: Anagrama, 1997.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información, economía, sociedad y cultura*. Tomo 1: *La sociedad red*, Madrid, Alianza, 1994.
- GOETHALS, T. *El ritual de la televisión*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986.
- GUBERN, Román. *El eros informático*. Madrid: Taurus, 2000.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia. *Televisión y Melodrama*. Bogotá: Progreso, 1990.
- MAZZIOTTI, Nora. *La industria de la telenovela*. Buenos Aires: Colihue, 1993.
- MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- REAL, Michael R. *Exploring Media Culture*, Thousand Oaks: Sage Publications, 1996.

► INDICE DE SITIOS VISITADOS

ENTRE EL 1 DE MARZO Y EL 30 DE ABRIL DE 2000

- 1.- **Foro de las telenovelas argentinas**, administrado desde Argentina por Marisa Marcos.
<http://www.telenovelas.com.ar/>
- 2.- **Telenovelas**, administrado desde Buenos Aires por Patricia Fernández.
<http://www.quovadis.com.ar/telenovelas/>
- 3.- **Telenovelas chilenas en la red**, creado y mantenido por 'Aleja'.
<http://phobos.spaceports.com/~chiletel/>
- 4.- **Telenovelas chilenas**, no indica el administrador.
<http://www.angelfire.com/al2/alvaroescobar/television.html>
- 5.- **Foro de telenovelas juveniles**, administrado desde Estados Unidos por 'Felipe'.
<http://www.telenovelasjuveniles.com/>
- 6.- **Cadena de telenovelas**, administrado desde Estados Unidos por 'Mario'.

<http://members.tripod.com/tvnovelas/>

7.- **Foro de las telenovelas en Italia**, administrado por 'Orquídea'.

<http://members.xoom.it/telenovelas/italia.html>

8.- **Faranduleando** (en remodelación), no indica el administrador.

<http://members.xoom.com/farandula/>

9.- **Folthetim Digit@l**, no indica el administrador.

<http://www.riopreto.com.br/araujo/frmain01.htm>

10.- **Foro Kiosko de las telenovelas chilenas**, administrado por María Elena Venant y Juan Carlos Alvarado.

<http://network54.com/Hide/Forum/22124>

11.- **Novela Brasil**, administrado por Bruno Leonardo desde Brasil.

<http://ppessoa.zaz.com.br/paginas/poabrunohel01.htm>

12.- **Rincón Latino**, administrado desde Estados Unidos por Yolette Nicholson

<http://www.rinconlatino.com>

13.- **Telenovelas de Televisa**, no indica el nombre del administrador.

<http://www.geocities.com/Hollywood/Studio/9931/>

[index.htm](#)

14.- **Telenovelas**, no señala el nombre del administrador.

<http://members.spree.com/sip/speedy82/NoVeLaS.htm>

15.- **Telenovelas**, no señala el nombre del administrador.

<http://www.tv-novelas.com/>

16.- **Telenovelas 2000**, creado y mantenido por 'Nathalie' desde Estados Unidos.

<http://go.to/telenovelas2000>

17.- **Telenovelas del momento**, no indica el administrador.

<http://www.angelfire.com/ca2/Telenovelas/>

18.- **Página de telenovelas** de 'Ludwig'.

<http://members.tripod.com/~korber/novelas.htm>

19.- **Telenovelas y ANIME**, Loizos Salomon, Chipre.

<http://www.geocities.com/Hollywood/Academy/5262/>

20.- **TV Crítica**, no indica el nombre del administrador.

<http://www.geocities.com/TelevisionCity/Studio/4067/index.html>