

Subsidio UBACyTS094 - *Letra, imagen, sonido. La construcción mediática de la ciudad*. Buenos Aires: Inédito.

Neubauer, John (1986). *The Emancipation of Music from Language: departure from mimesis in eighteenth-century aesthetics*. New Haven: Yale University. Traducción al español: (1992), *La emancipación de la música*. Madrid: Visor.

Núñez, María L. (2011). "De lo audiovisual a lo puramente audible. Lo específicamente sonoro en Les Luthiers". Informe de Investigación del Proyecto de Investigación con Subsidio UBACyTS094 - *Letra, imagen, sonido. La construcción mediática de la ciudad*. Buenos Aires: Inédito.

Reder Carlson, Julius. "Una modernidad primitiva? Andrés Chazarreta, el folklore argentino, y los medios masivos de comunicación", en Fernández, José L. (ed.): *Contra una cultura sorda. Medios de sonido y producción cultural*. Buenos Aires: La Crujía (en prensa).

Santamaría Delgado, Carolina (2005). "De la generalidad de lo genérico al género: la industria musical y la producción de identidades latinoamericanas en la primera mitad del siglo XX", en *Actas del VI Congreso Latinoamericano IASPM - AL*, Buenos Aires. <http://www.hist.puc.cl/iaspm/actasbaire.html>. Fecha de consulta: 03-06-09.

Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la interacción digital*. Barcelona: Gedisa.

## Un estudio de caso de recepción transmediática: comunidades de fans en *Facebook* y temas sociales de la telenovela brasileña *Passione*<sup>1</sup>

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

En este artículo presentamos el análisis de un ejemplo empírico de las nuevas prácticas de la audiencia de ficción televisiva, identificadas por estudios generados en el ámbito del proyecto OBITEL.<sup>2</sup> Discutimos algunos resultados de una investigación exploratoria sobre la recepción transmediática de espectadores televisivos en *Facebook* sobre *Passione*, telenovela de mayor audiencia en Brasil en el año 2010.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Traducción a cargo de Nicolás Gómez.

<sup>2</sup> Desde su creación en 2005, el *Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva - OBITEL* se constituyó como proyecto intercontinental de la región iberoamericana, que incluye los países latinoamericanos, los ibéricos y la población de habla hispana de los Estados Unidos. OBITEL se compone actualmente de once grupos nacionales de investigación, que llevan a cabo un trabajo de monitoreo sistemático y comparación de los programas de ficción en televisión abierta transmitidos durante el año en los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, México, Portugal, Uruguay y Venezuela. Los resultados de este monitoreo se publican desde 2007 en el *Anuario Obitel*.

<sup>3</sup> Con la colaboración del equipo del *Centro de Estudos de Telenovela* de la *Escola de Comunicações e Artes* de la *Universidade de São Paulo* (CETVN), donde se realiza el proyecto OBITEL-Brasil: Maria Cristina Palma Mungiolli, Claudia Freire, Lígia Lemos, Sílvia Torreglossa, Issaaf Karhawi y Neide Duarte.

### 1. Desafíos a las tradiciones de los estudios latinoamericanos de recepción de televisión y los usos de los nuevos medios

Es posible afirmar que actualmente, con la llegada de la comunicación digital interactiva, los estudios de comunicación y medios pasaron a ocuparse de los “nuevos medios”, decretando la muerte de los “viejos medios” y suprimiendo la atención respecto de lo que ocurre en los medios masivos.<sup>4</sup>

La retórica de la revolución digital fue moldeada en torno a una teoría de la sustitución, en la que los nuevos medios superan a los viejos. No fue eso lo que sucedió. Por el contrario, estamos ante un proceso de convergencia entre antiguos y nuevos medios que –más allá de la mutua influencia– se da de maneras no previstas con anterioridad. En particular, hemos asistido a cambios significativos en las condiciones de producción, distribución y consumo cultural, sobre todo en el involucramiento y la participación activa de la audiencia, que configuran la llamada *cultura participativa*.<sup>5</sup>

A lo largo de nuestros estudios sobre la telenovela identificamos el uso que la audiencia hace de ciertos contenidos como *recurso* para dar sentido a sus identidades y alterar la percepción de sus condiciones sociales. La telenovela puede actuar, por ello, en la expansión de las capacidades de uso de la *narrativa como recurso* en las prácticas e interacciones cotidianas.

*... (la telenovela se convirtió en un)... recurso comunicativo que, una vez activado, posibilita compartir los derechos culturales, la diversidad étnica y la convivencia social, logrando mayor conciencia y motivación para el desarrollo*

<sup>4</sup> Son pocos los trabajos que abordan de modo transversal los cambios ocurridos en los medios masivos dentro del ecosistema de la comunicación en su conjunto. Entre ellos se destaca el de Carlón y Scolari (2009).

<sup>5</sup> Jenkins et al. (2006) identifican doce habilidades básicas involucradas en una cultura participativa: Juego, Desempeño, Simulación, Visualización, Navegación transmediática, Redes, Negociación, Inteligencia colectiva, Cognición distribuida, Juicio, Apropiación y Multitarea.

*de prácticas que se oponen los conflictos y desigualdades que marcan a la sociedad brasileña* (Lopes, 2009:21).

Por eso, indagar en la complejidad que han alcanzado los estudios de recepción de televisión requiere poner en agenda una relectura, a la luz del escenario actual, de las teorías y conceptos que marcaron a la llamada tradición de “investigación de recepción latinoamericana”, acompañando esa relectura con una mirada meticulosa y crítica respecto de las nuevas propuestas de análisis transmediático.

Entendemos que el ámbito constituido por los nuevos medios y la transmediación expande claramente el alcance y la importancia de los argumentos presentes en la tesis de la “audiencia activa”. Si esto es así, la multiplicación de usos y la creciente interactividad hacen que las investigaciones sobre usos y recepción de medios, todavía marginales en el conjunto de los estudios de Comunicación, pasen a tener la oportunidad histórica de alcanzar la condición de *mainstream* en el campo.

Las audiencias y usuarios se manifiestan activamente: son selectivos, autodirigidos, y productores tanto como receptores de textos. También son crecientemente plurales y múltiples, aunque diversos, fragmentados e individualizados. Así, categorías clave como las de elección, selección, gusto, fans, intertextualidad, interactividad –que han sido el motor de la investigación sobre recepción de televisión– son más y no menos significativas en el ámbito de los nuevos medios. Al mismo tiempo, adquiere renovada importancia la agenda teórica y política de estas investigaciones, que incluye cuestiones relativas a la globalización de contenidos negativos, la regulación de medios, la participación en una cultura compartida, la argumentación informada y democrática, etcétera.

Aunque desde un abordaje más centrado en lo cultural, la tradición de la investigación latinoamericana de recepción de televisión reveló conexiones paralelas entre las convenciones de la televisión y las estrategias de decodificación. Como veremos más adelante, los espectadores de telenovelas construyen una comprensión de los personajes y de los enigmas que plantean los secretos, anticipan los anzuelos, hacen suposiciones sobre el final de una subtrama, traen

a cuento episodios pasados a partir de eventos reales significativos, etcétera, todo ello en conformidad con las convenciones del género melodramático.<sup>6</sup> Esta tradición de investigación se encuentra disponible para su movilización y para la innovación en el marco de un campo de investigación que es necesario encarar, el de la web, las pantallas de computadora y celular, las prácticas de juegos *online*.

Al parecer, en el ámbito transmediático, las personas se involucran cada vez más con contenidos –grupos musicales, telenovelas, equipos de fútbol– que con formatos o canales, donde sea que éstos se encuentren, en cualquier medio o plataforma. A medida que las audiencias se fragmentan y diversifican, estudiar a los fans se hace cada vez más importante. Cuanto más interconectados los medios, más el fan se interesa por los contenidos. Pasa a seguirlos en todos los medios y los incorpora también a su comunicación cara a cara. Esto no quiere decir, claro, que la forma carezca de importancia; en televisión el concepto de género ha sido fundamental para pensar la interacción texto-lector.

Según Livingstone (2004), los estudios de recepción que se han centrado en la relación *texto-lector* son particularmente aptos para enfocar las nuevas interfaces tecnológicas y sus contenidos. Ciertamente, los textos de los nuevos medios presentan desafíos específicos, dado que son frecuentemente de naturaleza multimodal, hipertextual y efímera, mezclan producción y recepción, resultan en la aparición de nuevos géneros y facilitan la convergencia de prácticas antes distintas. Se plantea entonces, necesariamente, la siguiente pregunta: ¿de qué modo el repertorio conceptual, ya consolidado, del abordaje texto-lector –con su énfasis en la apertura, la indeterminación, el direccionamiento textual, los modos interpretativos y las lecturas preferenciales– puede ayudar al desarrollo de un análisis integrado de textos de nuevos medios y audiencias televisivas? La respuesta es que es necesario dedicar a este nuevo objeto investigaciones empíricas que encaren, también, exploraciones metodológicas innovadoras.

Los estudios de comunidades de fans de programas televisivos toman por objeto, generalmente, programas específicos o determi-

<sup>6</sup> Véase Lopes, Borelli y Rezende (2002).

nados géneros de televisión (tales como telenovelas, series, *soap operas*), como en Costello y Moore (2007) y Baym (2000). La diferencia entre espectador y fan radica en que este último se involucra en las narrativas televisivas y produce al mismo tiempo contenidos sobre las mismas. Los fans constituyen el sector del público espectador que no solamente mira películas o programas de televisión, sino que además produce contenidos relativos a la ficción. En estos, el fan asume eventualmente posturas críticas, y desarrolla un arte propio, incorporando partes de las narrativas televisivas en videos, sitios, etcétera.; también, en su entusiasmo, sigue a otros fans. Muy lejos están estos de ser meros espectadores. Por el intenso movimiento que generan en la red a través del fenómeno de *online fandom*, y en tanto que formadores de opinión, constituyen el público que más interesa a las grandes emisoras de TV.

Mientras tanto, las prácticas de recepción transmediática son todavía una novedad en los países iberoamericanos. Los aportes han sido mayoritariamente cualitativos, por lo general centrados en audiencias de un determinado programa o formato, como en Valencise-Gregolin (2010) y Campanella (2010). Por otro lado, y complementariamente, una investigación exploratoria de OBTEL-Brasil, que presentamos a continuación, persiguió el objetivo de discernir patrones en los datos cuantitativos de audiencia, según categorías que atienden a las semejanzas y diferencias en las prácticas de interacción *online* con las ficciones y sus contenidos. Dado que los sitios de fans de televisión, grupos de discusión y otros portales *online* están asociados generalmente con un programa específico, la investigación focalizó *Passione*, principal telenovela del horario central de TVGlobo en 2010.

## 2. La perspectiva de la audiencia activa: hábitos colectivos, participación, involucramiento, fans *online*

Los estudios de recepción de televisión están migrando progresivamente hacia la investigación enfocada en la participación (es decir, en las prácticas y procesos de involucramiento interactivo con los nuevos medios), con el fin de realizar un análisis del “contenido

generado por el usuario" (CGU).<sup>7</sup> La creatividad de los fans y sus formas de interactividad, y un renovado interés en la cultura juvenil, constituyen otros focos de las investigaciones.

Aún nos es necesario esclarecer y profundizar las categorías empíricas y teóricas de fan y *fandom* (traducida como "comunidad de fans"), prácticamente ausentes en la investigación brasileña de comunicación. Al volcarnos a la investigación empírica transmediática tenemos que dialogar críticamente con los abundantes estudios internacionales sobre fans, muy diversificados teórica y metodológicamente.

Bielby, Harrington y Bielby (1999:35) dan una definición conceptual bastante concisa de "fan": "Ver televisión es un comportamiento relativamente privado. Mientras que ser un 'fan' es participar de una serie de actividades que van más allá del acto privado de ver y reflejan un mayor involucramiento emocional con la narrativa televisiva". Acaso las actividades más amplias y difundidas entre las personas involucradas en comunidades de fans sean las que combinan un consumo diversificado y activo de textos oficiales y *spin-offs* con sus propias prácticas interpretativas y creativas.

El control de los "textos" plantea una serie de problemas, tales como el impresionante volumen de los materiales, la existencia efímera de los mismos y su virtualidad. Como ya indicara Eco (1984), depende del usuario realizar el hipertexto. Súmese a ello el hecho de que las personas *online* son tanto productores como receptores de contenido, y realizan rutinariamente multitareas en distintas plataformas y aplicativos. La magnitud de los desafíos es evidente, y se agrava aún más por el hecho de que muchos de los investigadores dispuestos a realizar investigaciones de recepción en internet no están familiarizados con el medio.

<sup>7</sup> Del inglés "user generated content" (UGC). El término es en realidad muy abarcativo, pero suele referir a contenidos que el usuario puede alterar, editar, o a los que puede contribuir, tales como: foros de discusión, blogs, wikis, sitios de relaciones, redes sociales, fotos y video, reseñas y comentarios, colaboración, intercambio de fotos o audio. Estas actividades pueden ser consideradas *remixing* o *remediation*, en términos de Manovich (2005) y Bolter y Grusin (1998), respectivamente.

Como señalan López y Orozco (2011), en un contexto en que las audiencias se fragmentan y diversifican y, al mismo tiempo, se encuentran en ámbitos transmediáticos donde el involucramiento se juega más en el seguimiento de contenidos que de formatos o canales, los estudios de fans revelan su pertinencia. Se amplían así la fluidez y la posibilidad de encarar múltiples caminos en otras tantas direcciones. Emergen nuevos tipos de experimentación mediática de recepción a partir del uso de equipamiento y *software* –tecnologías disponibles, baratas y de simple manipulación que hacen posible la *mass-self communication* (Castells, 2007)–, y como resultado de prácticas y producciones discursivas de la audiencia en Internet involucrada con tramas teleficcionales.

Del panorama descrito resulta claramente que las investigaciones de recepción de televisión ofrecen un cúmulo de experiencias metodológicas que pueden hacer avanzar los estudios de recepción de nuevos medios. Éstos, por su parte, aportan nuevos problemas, algunos de los cuales recién se comienzan a encarar. A ello pasamos ahora, con un estudio de caso de comunidades de fans *online* de la telenovela *Passione*.

### 3. Un estudio de caso. Comunidad de fans en Facebook discute temas sociales de la telenovela *Passione*: uso de drogas, casamiento consanguíneo, aborto, abuso sexual y pedofilia

Nos propusimos llevar a cabo un trabajo de mapeo y análisis de los discursos e interacciones generadas en el pasaje de la narrativa de la telenovela *Passione* al espacio de la red social Facebook. Para ello nos valimos de conceptos como los de *narrativas transmediáticas* (Jenkins, 2008), *audiencia creativa* (Castells, 2009) y *creatividad dispersa* (De Certeau, 1994),<sup>8</sup> que atraviesan la interactividad y las actitudes

<sup>8</sup> De Certeau es quien mejor expresa el sentido de la creatividad cotidiana. Según señala, la creación del consumidor cultural es una producción, una poética (del griego *poiein*: crear, inventar, generar). Pero se encuentra escondida, diseminada en las regiones definidas y ocupadas por los sistemas de la "producción" (en

colaborativas y creativas de los fans. Estos últimos son denominados también *actores* (Latour, 2005) o coautores.

Por otro lado, la arquitectura de las redes sociales arroja luz sobre el modo en que se organizan los públicos. La identidad del ser humano y su inserción social dependen en gran medida de las relaciones que establece con el *otro*, y de las formas de comunicación creadas para que esas relaciones tengan carácter integrado y significativo. Recuero (2009) indica dos núcleos para la investigación en estos contextos interactivos: los actores y las conexiones. Los actores —como nosotros, personas o partes del sistema— moldean las estructuras sociales por medio de la interacción y la constitución de conexiones o lazos sociales. El principal objetivo de las actuales investigaciones de recepción que se establecen como investigación de fans (tanto *online* como *offline*) tiene que ser comprender el modo en que los actores construyen ese espacio y el tipo de representaciones y percepciones que allí se presentan.

### 3.1. Los CGU como unidad de información en el estudio de las comunidades de Facebook

Para pensar las posibilidades de apropiación de las ficciones televisivas en Facebook a través de los CGU es necesario plantear algunas preguntas previas: ¿qué conversaciones desarrollan los usuarios cuando se reúnen para hablar sobre temas de ficciones televisivas por los que se ven afectados? ¿Qué intercambios ocurren? A partir de una primera observación exploratoria fue posible constatar que la participación en grupos específicos que tratan de ficciones televisivas involucra: el placer para los usuarios; el desarrollo de relaciones sociales en torno a un contenido

nuestro caso, la televisiva) que no dejan a los consumidores un lugar en que puedan marcar lo que *hacen* con sus productos. Por eso la actividad cotidiana es *otra* producción, astuta, dispersa, silenciosa, que se verifica tanto en productos propios como en maneras de hacer. "Esas 'maneras de hacer' constituyen las innumerables prácticas por las que los usuarios se reapropian del espacio organizado por las técnicas de la producción sociocultural" (p. 41). En las lógicas de esas prácticas hay un "arte" o "manera de hacer", y la cultura popular toda se formula en "artes de hacer".

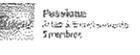
común; la expresión libre de opiniones y críticas que permiten definir los destinos de la trama más allá de la imaginación del autor o los productores, con la construcción de posibilidades de nuevas historias.

Ante los millones de usuarios que Facebook tiene en Brasil,<sup>9</sup> la investigación se focalizó, en un primer momento, en el monitoreo y acompañamiento de contenidos generados, a través del mapeo de páginas de perfil o de grupo que trataban de la telenovela *Passione*. La metodología de recolección de datos consistió en la observación simple (no participante) y la selección intencional de comentarios que abordasen los temas sociales vehiculados por la telenovela (muestra intencional por criterio).

Las búsquedas iniciales apuntaron a páginas de perfil y de grupo, creadas por fans, que contaban con gran cantidad de CGU, incluidos *links* y fotos. Estas páginas constituyen la demostración de la transmediación de contenidos de la trama de *Passione* hacia la red social, que tiene lugar por medio de la creación de espacios temáticos destinados a realizar comentarios y compartir contenidos. El "Mural" de las páginas encontradas fue considerado el sitio preferencial de recolección de datos sobre la novela. En la tabla que se presenta debajo encontramos, para cada página, el título, el tipo de página y la cantidad de contenidos generados por usuarios, conjunto que fue considerado como fuente básica de la investigación. Es importante observar la cantidad de CGU, dado que éstos señalan los espacios en que los usuarios más interactúan sobre el tema.

<sup>9</sup> Creada en 2004 en EE.UU., la red Facebook viene popularizándose en Brasil desde 2009. Actualmente cuenta con quince millones de usuarios en este país, de los cuales el 77% tiene más de 25 años. Fuente: *The Brazilian Online Audience*; disponible en <http://pt.scribd.com/doc/48622322/ComScore-SOI-Brazil-Webinar-Feb-2011> (consultado el 25 de mayo de 2011).

Tabla 1. Título, Tipo, Imagen, cantidad de CGU, cantidad de productores en páginas de Facebook sobre *Passione*

Título	Tipo	Imagen	CGU	Productores de CGU
Passione	Perfil		5.511	117
Novela Passione	Perfil		721	61
Passione	Grupo		157	32
Passione	Grupo		72	30
Passione	Grupo		6	1
Total			6.467	241

FUENTE: FACEBOOK.COM<sup>10</sup>

Las páginas de grupo y de perfil presentaron en total 6.467 CGU. Se observa que la cantidad de fans que actuaron como productores de contenido es reducido, considerando la gran cantidad de personas a las que "les gustó" o que se hicieron miembros de los grupos (1.520 registros). Muchos de esos productores estaban presentes en más de un grupo investigado.

Las conversaciones se efectuaron en diferentes idiomas (portugués, inglés, italiano, portugués de Portugal), cosa natural, toda vez que sólo el 2,5% de los usuarios de la red social se encuentran en Brasil. Por otra parte, *Passione* despertó el interés de usuarios de idioma italiano, habida cuenta de que las primeras escenas se gra-

<sup>10</sup> Base de datos pública disponible en: [https://spreadsheets.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AmVuFFwvsCFpdC1DOGIIRE0zLURJQS1XV0JKV20rTIE&hl=en\\_US](https://spreadsheets.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AmVuFFwvsCFpdC1DOGIIRE0zLURJQS1XV0JKV20rTIE&hl=en_US). Acceso el 05/07/2010.

baron en la región de Toscana. Fue recurrente la presencia de contenidos de usuarios de Argentina, EE.UU., México, Chile y Uruguay. Muchos usuarios que no se encontraban circunstancialmente o no residían en Brasil miraban los capítulos disponibles en los sitios *TVGlobo*, *Globo Internacional*, y *Youtube*, o en diversos canales de *TV online*. Los fans se pasaban estos *links* como parte del intercambio de contenidos. Esto debe ser considerado como una tendencia positiva en el espectador conectado y oriundo de diversas regiones, que participa de esos intercambios por interés o afecto en relación con el tema.

En las páginas de grupo y perfil se observó el desarrollo de varios *treds* con críticas y elogios a la trama y los personajes, así como opiniones sobre el posicionamiento del autor sobre determinadas cuestiones:

**Vera:** "Silvio de Abreu hizo una declaración misteriosa sobre 'Passione' a la columna 'Sem Intervalo' del 'Estadão'. 'Un personaje de la novela ya murió, y el público todavía no se dio cuenta', dijo el autor de la novela de las ocho a la columna. La pregunta: ¿QUIÉN?" -17 de agosto de 2010 - 9:31h.

**Pablo:** "El autor también dijo que la novela sería una trama policial desde el primer capítulo pero nadie lo notaría hasta después del cap 100, no será que Eugenio fue asesinado? es decir que Fred haya mandado a Clara a alterar los medicamentos para que muriese más rápido y así el poder entrar más fácilmente a la Metalurgica?? o también el mismo Saulo podría estar involucrado... son solo suposiciones mías." [castellano en el original] - 17 de Agosto de 2010 - 07:17h.

**Passione:** "Dios Míoooooooooooo Por eso adoro a Silvio, me encantan sus misterios" [castellano en el original] - 17 de Agosto de 2010 - 20:26h.

**Ana:** "El autor Silvio de Abreu no esconde su predilección por los crímenes misteriosos. Tanto que en casi todas sus novelas repite la fórmula infalible del '¿quién mató?'. En

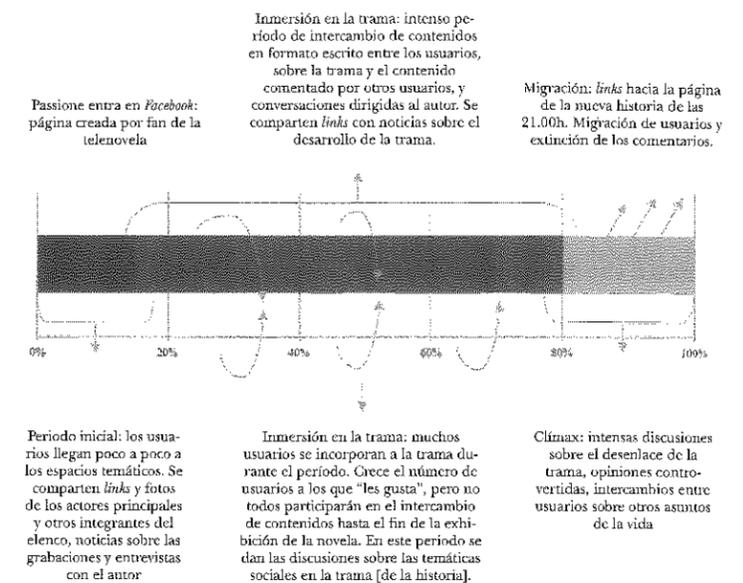
una entrevista concedida al portal UOL el escritor reveló que 'Passione' ya tuvo su primer asesinato. 'Un personaje fue asesinado y nadie se dio cuenta' dijo Silvio. El autor deslizo que Eugenio no murió de un ataque cardíaco sino asesinado. Ahora bien, no reveló si el autor del crimen fue Saulo (como muchos sospechan)" - 18 de agosto de 2010 - 15:32h.

Se encontraron: comentarios sobre el capítulo final, cifras de audiencia, e intercambio de noticias sobre la telenovela en otros medios de comunicación (revistas especializadas, periódicos y canales de televisión). Las conversaciones se iniciaron meses antes de que la novela saliese al aire, generando expectativas sobre el elenco y la trama. El intercambio de contenidos prosiguió por algunos meses luego de finalizada la telenovela, con expresiones de nostalgia de los fans de *Passione* y con críticas al capítulo final, centradas en el comportamiento de los personajes y en la recompensa que el autor otorgó a cada uno por sus actitudes. En el período posterior a la exhibición de *Passione* son comunes los intercambios de mensajes personales con reflexiones sobre la "amistad" que los fans desarrollaron a lo largo de la trama. Como se pudo observar, es común que estos usuarios se conecten a través de otras redes sociales, en las que envían mensajes en paralelo a *Facebook*.

### 3.2 La dinámica de construcción de páginas y generación de contenidos

Las páginas de grupo y perfil creadas para la discusión de la telenovela son consideradas por los usuarios como un lugar apropiado para el debate de la trama. Migran hacia páginas de nuevas telenovelas, donde nuevamente se reunirán para debatir las ficciones que los atraen. Al observar este comportamiento en las páginas investigadas fue posible componer una infografía que muestra la dinámica de las páginas creadas por fans en *Facebook*.

Figura 1. Infografía sobre la dinámica de construcción de páginas de ficción por fans de *Passione* en *Facebook*

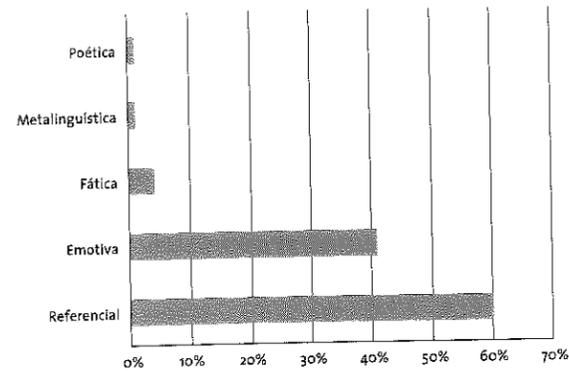


FUENTE: CETVN.

También fue posible observar en la dinámica de red los hábitos de consumo y permanencia *online* en *Facebook*. El período más activo de los usuarios fue el nocturno (18 a 24 hs), que coincide con el horario de exhibición de la novela en TVGlobo. Estos datos traen a cuento otra observación pertinente sobre la audiencia de *Passione*, su hábito de mirar la telenovela y participar al mismo tiempo de las redes sociales. Esto significa que la antigua práctica –o ritual– de mirar la telenovela en un espacio físico junto a familiares o colegas se vio multiplicada exponencialmente, diseminándose y rompiendo con las barreras nacionales.

Para un abordaje más analítico de las conversaciones utilizamos las funciones del lenguaje de Jakobson (2003) procurando adaptarlas al análisis de contenidos generados por usuarios (CGU). El gráfico que se muestra debajo ilustra el uso de las funciones del lenguaje según su frecuencia de utilización. Según el autor, las funciones no son excluyentes, lo que es aún más válido para dar cuenta de la complejidad de los contenidos generados en Internet (que pueden contener frases, fotografías y videos). Tomando esto en consideración, buscamos inscribir cada contenido en una función predominante (cosa que, en ocasiones, no fue posible de determinar).

Gráfico 2. Uso de las funciones del lenguaje por los fans de Facebook



BASE: 6.467 CGUs.  
FUENTE: CETVN.

La función predominante en las conversaciones es la referencial: el 60% de los CGU sobre *Passione* son *descriptivos*, relacionados con los personajes, el autor, los actores y la trama que se devela poco a poco, y con otros asuntos e informaciones que los usuarios comparten. Se verifica también que son conversaciones cargadas de emoción, lo cual se evidencia en la frecuencia registrada de 40% de CGU emotivos. Durante la exhibición de la telenovela hay un visible involucramiento, apasionadas tomas de posición a favor o en contra de los personajes, con expresiones vehementes, verdaderas hinchadas que traducen el "capital emocional" de los fans, como en los siguientes ejemplos:

**Leonor:** "Silvio, por favor no mates a Diana, la adoro, es demasiado inocente para morir, no lo hagas, por favor, te lo suplico, ¡no termines un amor tan hermoso y perfecto que tú mismo creaste!" - 7 de diciembre de 2010 - 23:33h.

**Franko:** "Me gustaría que Muriera, hace rato las parejas románticas se vienen quedando juntas, es hora que cambien eso, no gusto siempre de ver finales felices ☹☹" [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010 - 00:21h.

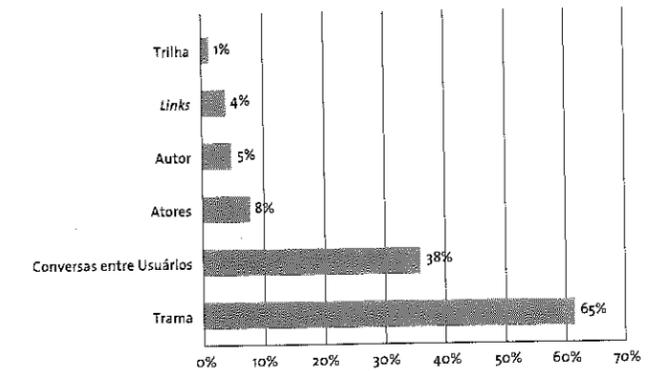
**Stefano:** "La muerte de Diana para mi solo tendría sentido si Mauro fuese el verdadero villano :P" [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010 - 00:40h.

**Giulia:** "los odio a los 2... DIANA TIENE QUE MORIR" - 8 de diciembre de 2010 - 10:07h.

**Vera:** "Qué absurdo Giulia!" - 8 de diciembre de 2010 - 13:09h.

En estos discursos emotivos se puede notar también cierto deseo de transgresión respecto del tradicional desenlace de "final feliz". Finalmente, se observa que las funciones fática, metalingüística y poética suman, en conjunto, menos del 10% del total de CGU.

Gráfico 3. Contenidos temáticos generados sobre *Passione* en Facebook



BASE: 6.467 CGUs.  
FUENTE: CETVN.

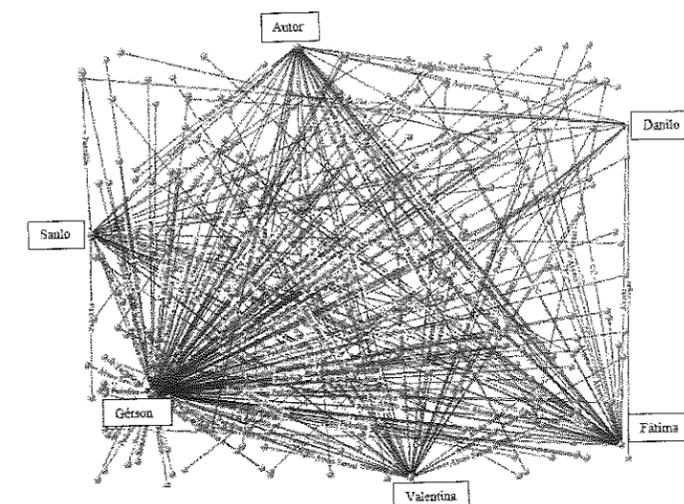
Las categorías del gráfico 3 buscan mostrar el predominio temático en los contenidos compartidos por los fans. Predominaron la trama de *Passione* y los personajes (en muchas ocasiones, la construcción de los mismos), seguidos por contenidos que tomaban por tema a los propios usuarios, es decir, respuestas a otros fans o comentarios sobre ellos. Las categorías presentadas no son excluyentes, toda vez que resultó importante observar en los mensajes la presencia de *links* que introducían en los grupos noticias generalmente publicadas en otros medios de comunicación, y que contenían fotos, videos de capítulos, bandas sonoras y noticias sobre la historia y el desarrollo de la trama en capítulos futuros. Es interesante observar los contenidos dirigidos al autor o que tratan de él, las críticas y elogios al trabajo de dirección (incluidos aspectos técnicos) y a la interpretación de los actores y (menos frecuentes) las referencias a otras telenovelas en que éstos habían actuado. Estos contenidos nos llevan a identificar en los fans al "lector de segundo nivel" (ECO, 1997), que establece relaciones, que no se limita a comprender la historia sino que también la asocia con las intenciones del autor, e indaga sobre el significado no inmediato de las palabras, de las escenas, en fin, de la propia obra literaria o artística.

Los temas sociales presentes en *Passione* emergen en los contenidos generados por los usuarios sobre los personajes. En ningún momento los fans se refieren a ellos en términos de "merchandising social", como se los define comúnmente. Son discusiones significativas, toda vez que conducen a los fans a la toma de posición respecto del asunto tratado y muestran actitudes en que se construye un *ethos* que los representa dentro de la comunidad.

### 3.3 Los personajes y los temas sociales, lo privado y lo público

Más de trescientos contenidos generados por usuarios trataron de temas sociales presentes en *Passione*. Según verificamos, dichos contenidos apuntaron en dirección de seis vértices principales, cinco de los cuales eran personajes involucrados en temas sociales: 1) Gerson: tenía un secreto en la computadora; es sospechado de pedofilia; también se sospecha que fue abusado sexualmente en la infancia; 2) Valentina: abuela que exploraba sexualmente a sus dos

nietas; 3) Saulo, hermano de Gerson: que representa las acciones del pedófilo en la trama; 4) Fátima, hija de Gerson: sin saberlo se enamora de su primo; 5) Danilo: un joven involucrado en drogas; 6) el sexto y último vértice al que apuntaron los comentarios fue la figura del autor. En *Facebook*, los fans se refirieron constantemente al autor como juez, evaluador o detentor del poder para resolver los temas sociales de manera "consciente", "justa" o incluso "brillante". El gráfico que se muestra debajo ilustra la relación de los contenidos de los usuarios con los principales vértices temáticos de la trama:



BASE: 305 CGUs.

FUENTE: CETVN.

Antes de entrar en el análisis de los contenidos sobre los personajes, cabe recordar aquí lo que ya hemos señalado<sup>11</sup> como la marca tal vez más característica de la telenovela brasileña: la vocación de sus narrativas de incorporar temas del ámbito público al universo

<sup>11</sup> Véase Lopes (2009).

privado. La lógica de las relaciones personales y familiares preside la narrativa de los problemas sociales. En eso parece residir el poder de esta narrativa, en su capacidad de traducir lo público por medio de las relaciones afectivas a nivel de las vivencias, en su integración con la experiencia cotidiana (vivida ella misma según facetas múltiples, subjetiva, emotiva, política, cultural, estética). La fusión de los dominios de lo público y lo privado que las telenovelas llevan a cabo les permite sintetizar problemáticas amplias en figuras y tramas puntuales y, al mismo tiempo, sugerir que los dramas personales y puntuales pueden tener un significado amplio.

En un primer momento, las discusiones de los fans giraron en torno a las acciones de los personajes. Posteriormente los discursos se volcaron a opiniones, vivencias cotidianas de los fans, y cuestionamientos dirigidos al autor (incluso sobre la pertinencia de los temas). "Gerson" fue objeto de la mayor cantidad de CGU relacionados con temas sociales. Muchos presentaban tan solo una sospecha de pedofilia y abuso sexual, ya que su secreto tardó en ser revelado. Aunque con una cantidad mucho menor de contenidos, el segundo vértice que llama la atención es el de "Fátima", involucrada en los temas de aborto y casamiento consanguíneo. El tercer eje marca la presencia del "Autor", que los fans traen a la discusión como gran responsable del armado de los temas. Las acciones de "Saulo" y "Valentina" como protagonistas de abuso sexual y pedofilia recibieron comentarios durante el último mes de la trama, en que se reveló la historia de ambos. El tema de "Danilo" y su relación con las drogas no llamó mayormente la atención de los fans de *Passione*.

Al adentrarnos en los discursos sobre temas sociales, es particularmente importante observar en los contenidos de los fans las características del lector de "segundo nivel", propenso a abordar el registro autoral de los guionistas y los aspectos técnicos de la telenovela, y que, más allá de mostrarse como profundos conocedores de la trama, se revelan ellos mismos como autores. Las discusiones se vuelven muy ricas cuando los fans realizan comparaciones con temas sociales recurrentes en otras telenovelas, como puede verse en los discursos sobre el tema de la pedofilia:

**Rafael:** "¿Gerson es pedófilo?... rumores por internet lo afirman." [en castellano en el original]- 15 de junio de 2010 - 23:24h

**Luisa:** "¡Qué tema tan horrible para abordar en una telenovela, y más en un personaje tan carismático! No me va a gustar si es así. Yo creo que no es." - 16 de junio de 2010 - 01:46h

**Passione:** "Idea interesante y novedosa; siempre y cuando el tema sea tratado con seriedad." [en castellano en el original] - 16 de junio de 2010 - 08:02h

**Rafael:** "Concuerdo, es super fuerte el tema para una novela, pero este problema existe en la sociedad, además mediaticamente está super en boga...pero es muy fuerte" [en castellano en el original] - 16 de junio de 2010 - 11:03h

**Passione:** "En America, la Perez mostró una pincelada del tema... Pero acá se trataría de un personaje protagónico que sufriría esta parafilia..." [en castellano en el original] - 16 de junio de 2010-11:14h

**Manuela:** "En la escena de la playa me quedó claro que es pedófilo. Misterio explicado..." - 16 de junio de 2010 - 14:43h

**Passione:** "Veamos como Silvio de Abreu trata el tema, supongo q de una forma brillante como siempre en sus novelas. Chicos, una sugerencia para la pagina: habilitar en la configuración los posts de los usuarios, así no quedan en el filtro. Porque está bueno saber q es lo q los demás televidentes opinan. Un abrazo y los felicito por la pagina. - " 16 de junio de 2010 - 21:39h

*Rumores*

Esta pequeña discusión en torno a la sospecha de pedofilia del personaje "Gerson" comienza con la recuperación, por parte de uno de los fans de la comunidad, de "rumores" sobre el secreto que esconde el personaje, levantados de otros espacios de conversación. Los "rumores" son elementos indiciales de la ecología comunicacional en que están inmersos los fans. Rápidamente, otro fan considera el tema como demasiado fuerte para una trama televisiva. Se suce-

den diversas opiniones. En el registro de puntos de vista diferentes sobre temas polémicos se puede observar el uso de la contrapalabra (Bakhtin, 2002). E incluso la afirmación por parte de algunos usuarios de que la discusión del tema propuesto en la telenovela es importante para la sociedad. La figura del "Autor" es evocada recurrentemente para la solución del problema sobre el que los usuarios presentan opiniones divergentes.

Las referencias a otras telenovelas en que ya se abordó el mismo tema ayudan a esclarecer posiciones. Cuando se abordan temas polémicos es común encontrar un lenguaje más emotivo en los discursos de los fans en redes sociales. También hay rupturas, en el sentido de discursos que en muchas ocasiones derivan hacia asuntos que no coinciden con el tópico inicial de discusión. Además, el moderador de una de las comunidades –quien se autodenomina "Passione"–, interviene recurrentemente con orientaciones sobre el uso correcto de la red y de la herramienta (función metalingüística), para que todos puedan participar de la discusión.

Los temas sociales suelen llamar la atención de los fans, que se involucran en aquello que perciben importante. Se pueden realizar diversos recortes en estos discursos según diferentes aspectos culturales, tales como género, etnia, cultura local. Esto lo podemos ver en la discusión sobre el aborto, que tiene lugar a partir de la situación del personaje "Fátima". Las fans de sexo femenino fueron especialmente afectadas por este tópico, y generaron gran parte del contenido al respecto:

**Jorgelina:** "Fátima abortó y está muriendo a causa de una infección :o" [en castellano en el original] - 19 de junio de 2010 - 1:03h

**Carla:** "sííí, ipero estoy segura que va a vivir!" - 19 de junio de 2010 - 1:04h

**Marcela:** "Sí... no pensé que fuera a abortar :o" - 19 de junio de 2010 - 1:06h

**Vera:** "sí, yo sí pensaba, íasí muestran las consecuencias! éno?" - 19 de junio de 2010 - 2:12h

**Carla:** "sí...!!! Va a vivir...!!" - 19 de junio de 2010 - 22:00h

**Daniela:** "Es obvio que va a vivir xD" - 20 de junio de 2010 - 1:42h

Otro tema social en *Passione* fue el casamiento consanguíneo entre primos, que involucraba a los personajes "Fátima" y "Sinval". En el abordaje del tema se expresan sentimientos fuertes, ya sea negativos, de indignación, ya positivos hacia el personaje. En algunos casos la expresión de los sentimientos se da de manera directa, con una propuesta de visibilidad y entendimiento mutuo; en otros se da indirectamente, con opinión de otros personajes como refuerzo de la opinión propia del fan respecto de la polémica. Veamos:

**Dela:** "Gente, ¿la familia va a permitir el noviazgo de Fátima con Sinval, ahora que sabemos que son primos?" - 6 de noviembre de 2010 - 11:39h.

**Ariana:** "Cande no quiere.." - 6 de noviembre de 2010 - 17:19h.

**Valéria:** "Se comenta" - 6 de noviembre de 2010 - 19:04h

**Ariana:** "yo creo Saulo no era hijo de Beth ni de Eugenio, por eso Fatima va a poder estar de novia con Sinval" - 6 de noviembre de 2010 - 20:01h.

**Rafael:** "vamos" - 6 de noviembre de 2010 - 20:01h

**Dela:** "¡Qué bueno! Estupenda esta muchacha Fatima" - 6 de noviembre de 2010 - 20:05h

**Franko:** "Estoy mirando el episodio 158. Cauã Reymond está de vuelta. Nadie lo merece. Pero lo que más me irrita es la relación abominable de Fatima y Sinval. Primos hermanos y sólo Cande reclama contra eso... dios mío..." - 8 de diciembre de 2010 - 6:19h.

**Ariana:** "Pero no sabían que eran primos Franko, tampoco es tan terrible...lo que sí me irrita es esa fijación que tiene Silvio por el incesto, siempre está ese tema presente en sus

novelas "→→" [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010 - 13:57h

**Passione:** "jejeje si en Belíssima hubo dos casos el de Giovana y Mateus que eran primos pero despues disminuyo el parentesco y el de Vitória y Pedro que eran tia y sobrino que se supo al final pero el ya habia muerto :P" [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010 - 15:02h.

**Franko:** "Passione, disculpa. Ellos no sabian que eran primos antes... pero ahora saben... y ahora cuando saben que son primos quieren casar y tener hijos.. para mi, esto es abominable... Por dios, ellos tienen la misma abuela...Ariana, lo sé, tal vez Silvio de Abreu adora incesto LOL." [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010 - 17:53h.

**Passione:** "Franko pero si se aman que pueden hacer?...separarse? no lo creo, además ellos han sido super responsables con el tema, ya verás porque..." [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010 - 19:09h.

**Ariana:** "Jajajaja sí Franko así parece que adora algun incesto en las novelas xD" [en castellano en el original] - 8 de diciembre de 2010. -19:33h.

La divergencia de opiniones es tratada con tolerancia, más allá de cuánta conmoción sienta el fan respecto del tema cuando se trata de *merchandising* social. El uso de expresiones emotivas en la conversación como "LoL, jejejejeje, disculpa, pero..." aportan distensión ante la divergencia de puntos de vista. Un motivo (no explícito) presenta recurrencia: el llamado al Autor *—el maestro—* a involucrarse en estos temas de la trama.

Otro tema social recurrente en las conversaciones fue el abuso sexual, representado por el personaje "abuela Valentina". El hecho de haber abusado sexualmente de otros personajes cuando eran niños, y de haber llevado sus nietas a manos del pedófilo "Saulo", terminó por justificar todas las maldades de la villana. Tal vez "Valentina" haya sido la figura de ficción que despertó emociones más intensas en los fans por sus actitudes a lo largo de *Passione*.

**SPLV:** "¡Gerson confesó que fue violentado! :O" - 19 de octubre de 2010 - 19:11h.

**Ni:** "por su propio padre" - 19 de octubre de 2010 - 21:57h.

**Ankita:** "por una empleada..." [en castellano en el original] - 20 de octubre de 2010 - 11:12h

**Ni:** "Cuál es la empleada !!!! Me estoy muriendo de ansiedad !!! esa empleada" - 20 de octubre de 2010 - 19:12h

**Yamila:** "me quedé pensando en la empleada...quién será!!!" - 20 de octubre de 2010 - 23:29h.

**SPLV:** "la empleada podría ser Valentina. ustedes qué piensan?" - 20 de octubre de 2010 - 23:58h.

**Yamila:** "Yo también creo que es Valentina..." - 20 de octubre de 2010 - 23:58h.

**Sônia:** "yo creo que la conexión de Clara com o Eugenio viene de ahí.....quién sabe." - 21 de octubre de 2010 - 02:58h.

**SPLV:** "Puede ser Olga o Valentina, esa persona es un cerdo, gente, violar a un niño, quién será, para saber tenemos que ver todos los capítulos, hay muchos secretos por detrás... gente, piensen en las muertes y en la familia Gouveia, piensen de noche quien es el villano @@@@@" - 21 de octubre de 2010 - 20:29h.

**Ankita:** "Olga no es tan vieja no puede ser" [en castellano en el original] - 22 de octubre de 2010 - 17:23h,

**SPVL:** "Nunca se sabe !!!! el único que sabe es Silvio !!!! me voy a morir de ansiedad @@@@ ya llega enero, dinos Silvio quién es el villano." - 23 de octubre de 2010 - 13:06h.

**Ankita:** "¡¡Valentina es una monstua!!" [en castellano en el original] - 11 de enero de 2011 - 23:47h.

En los discursos de los fans sobre la cuestión del abuso sexual se observó un fuerte involucramiento, la pertinencia del lenguaje, el uso de muchas exclamaciones, confesiones de ansiedad sobre el destino de los villanos y en relación con las posibles actitudes de la "abuela Valentina".

Entre los discursos generados por los usuarios se destaca el reconocimiento que dan al papel socioeducativo de las telenovelas de TVGlobo en su tratamiento de temas sociales:

**Beatriz:** "Prendidos a la tv, las novelas de las 20h siempre son muy educativas, emocionantes, mueven los sentimientos, desde el PARQUE NACIONAL SANTA TERESA URUGUAY !sin perder ningun capitulo" [en castellano en el original] - 16 de septiembre de 10 - 16:39h

**Passione:** "gracias Beatriz!!! sin dudas que son las mejores novelas, son educativas y siempre muestran la realidad tal como es!" [en castellano en el original] - 18 de septiembre de 2010 - 16:39h

**Vera:** "Mi contribución: Globo siempre se destaca por presentar asuntos o tabus que afectan a la población y mucha gente ignorante aprende con las novelas. Um tema como el de la pedofilia, por ejemplo, podría esclarecer a muchas "Amelias" que no está OK que escondan lo que los padres o padrastros de sus hijos hacen con las mismas. Para mí ese sería un buen tema. No creo que el "problema" de Gerson sea tan abarcativo ... por el contrario, a pesar de ser monstruoso e inmundado, con seguridad afecta a una pequeña capa privilegiada que tiene acceso a computadora y puede pagar para ver cosas sucias y después hacer análisis". - 30 de noviembre de 2010 - 18:54h

Los temas sociales vehiculados en *Passione* provocaron la convivencia de puntos de vista diversos y el uso de un intenso lenguaje emotivo en las comunidades de fans observadas. Al tiempo que existe concordancia unánime sobre la importancia del *merchandising* social que vehiculan las telenovelas de TVGlobo, no se deja de ex-

presar odio, rabia y compasión por los personajes del melodrama. Las discusiones en torno a los diversos temas sociales promueven, en su transversalidad, un debate que acaba por desprenderse de la narrativa para promover la reflexión y el involucramiento (posturas de defensa o ataque) de los fans ante los temas abordados.

#### 4. Consideraciones finales

Son tres los resultados principales del presente trabajo. El primero tiene que ver con nuestra preocupación por no perder los *insights* teóricos y empíricos hasta ahora reunidos bajo el rótulo de "investigación de recepción latinoamericana". Especialmente porque existen fuertes continuidades –en cuanto a temas, argumentos y problemáticas críticas– con las discusiones actuales sobre el uso de los medios digitales. Estamos acumulando, en el campo de la Comunicación, un ambicioso cuerpo de investigaciones y prácticas que, precisamente, se proponen generar conocimiento sobre la participación en los ámbitos de los nuevos medios y de la comunicación.

El segundo resultado fue la captación del papel central de la narrativa en la constitución de una forma de comprender la(s) realidad(es) en que nos situamos (Bruner, 1997). Realidad(es) construida(s) no solamente por la cotidianidad concreta sino también por los mundos ficcionales con que dialogamos. Unos mundos que, como hemos señalado, elaboran y reelaboran lo cotidiano en un juego incesante marcado por las *artes de decir* (De Certeau, 1994) directamente implicadas en los saberes y prácticas narrativas.

En este contexto, el estudio de las audiencias de la telenovela *Passione* permitió analizar *reapropiaciones/transformaciones* que están ocurriendo de manera cada vez más rápida y profunda en los modos de consumir ficción televisiva y en las posibilidades de interacción y producción de sentido. Esto puede conducir, a su vez, a la transformación de los estatutos pragmáticos o protocolos ficcionales (Eco, 1997).

En nuestro análisis, quedó claro que en el nuevo ámbito de la comunicación transmediática se adoptan de estrategias que incluyen al

Latour  
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100

telespectador y buscan su involucramiento, llevándolo a la condición de fan que participa de las conexiones transmediáticas como colaborador e incluso coautor. Esta participación se instaura por medio de una gran variedad de interacciones, que van desde sencillas manifestaciones individuales hasta involucramientos – que también pueden ser individuales– más fuertemente entrelazados con la dinámica sociocultural. Se configura de este modo el *actor*, que según Latour (2005:131) no se encuentra en correspondencia con una acción sino con “un movimiento marcado por una multiplicidad de grupos y entidades, que se mueven en relación unos con otros”.

Dado que los contenidos pueden expandirse tanto en términos de personajes como de desarrollo narrativo, el concepto de *transmedia storytelling* (Jenkins, 2008) o *narrativa transmediática* se ha vuelto central dentro de este ámbito, particularmente en lo referido a la producción ficcional. No se trata aquí de una repetición sino del desdoblamiento de la historia principal, en la que se retoman diferentes elementos de la misma (personajes, ámbitos, conflictos) y se saca provecho de las cualidades que un medio (*Facebook*, en este caso) puede ofrecer para el desarrollo de la narrativa. Más importante aún, la transmediación implica la participación activa del consumidor en el proceso creativo. La lección que se extrae es que el universo transmediático ficcional no tiene que ser concebido como un espacio cerrado, ni tampoco “operado” únicamente por los productores de la industria de la comunicación y el entretenimiento. Por el contrario, se trata de un ámbito que permite la constante creación y expansión de contenidos operada también por los interactores que participan del trabajo narrativo, en que se muestran insospechadas artes de decir de los fans de telenovela. El estudio realizado mostró formas, prácticas y estrategias de producción, circulación y consumo marcadas tanto por la verticalidad –con modelos basados en la producción de contenidos por los grandes conglomerados– como por la horizontalidad, con contenidos producidos por personas comunes, interesadas en divulgar sus creaciones/opiniones. Se expresan así, a decir de De Certeau (1994), tanto las tensiones entre “estrategias de producción y tácticas de los usuarios” como “las artes de decir” en la cotidianidad de *Facebook*.

El tercer resultado tiene que ver con la experiencia de investigación que implicó el adentramiento en las comunidades de fans y en sus discusiones sobre los temas sociales de *Passione*. La observación de conversaciones sobre la ficción televisiva nos muestra una multitud que actúa en medio de innumerables ecos de voces divergentes, que conviven y comparten experiencias en un espacio común. El género discursivo de las redes sociales adquiere un amplio espectro de posibilidades de personalización a través de la inclusión de *links*, videos y otros recursos. Aun si en este estudio el papel del investigador no consistió en interactuar sino en acompañar y registrar las discusiones de los temas socioeducativos vehiculados en *Passione*, ciertamente el proceso de observación nos hizo convivir un tiempo con los fans, a tal punto que podemos decir que tuvimos el placer de conocerlos y experimentar conjuntamente las ficciones de modo diferente. Como hemos afirmado en otro lado (Lopes, 2009:30), la telenovela brasileña (que mucho antes del surgimiento de Internet ya mostraba una presencia en la conversancia de sus fans) no podía quedar a la deriva en medio de la convergencia digital. Por el contrario, es apropiada a través de múltiples plataformas, resemantizada, reelaborada de acuerdo con lo que cada medio/plataforma ofrece, todo lo cual amplía enormemente sus posibilidades de ser vista, oída, hablada y, ahora, *leída* en los discursos de las comunidades de fans *online*.

Finalmente, creemos que la presente estrategia metodológica para el estudio de contenidos en *Facebook* permitió revelar, cuando menos, uno de los patrones de actuación de una comunidad de fans de telenovela. La elección metodológica de abordar comunidades *online* de fans a partir de los temas sociales presentes en una novela determinada se reveló pertinente y productiva, en tanto permitió acompañar/monitorear textos producidos por fans en páginas de una red social, el *Facebook*. Partiendo del comportamiento y el lenguaje de comunidades de fans, el estudio de caso de la telenovela *Passione* en *Facebook* permitió captar discusiones sobre temas polémicos que reafirman la característica central de lo que llamamos “telenovela brasileña”; permitió, además, resaltar el carácter transmediático y socioeducativo de esa ficción televisiva. La postura activa de los fans se destacó en la producción de contenidos que generan a partir del melodrama unas

miradas interesantes y creativas. Al mismo tiempo, se mostraron rigurosos con el desempeño de los actores, señalando fallas en la trama, las escenas y los efectos técnicos. A partir de un indicio o pista cualquiera presentada en capítulos anteriores, se lanzaron activamente a una búsqueda por descubrir secretos y de ese modo anticipar desdoblamientos narrativos (más allá de si estos se concretaban eventualmente). De diversas maneras, los fans de telenovela en la red social mostraron las artes de hacer sus próximos capítulos.

### Bibliografía

- Bajtín, Mikhail (2002). *Marxismo e filosofia da linguagem*. San Pablo: Hucitec. (Traducción en español: (1992), Voloshinov, Valentín N.). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza.
- Baym, Nancy K. (2000). *Tune in, log on: soaps, fandom, and online community*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bielby, Dennis; Harrington, C. Lee; Bielby, William (1999). "Whose stories are they? Fans' engagement with soap opera narratives in three sites of fan activity", en *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 43 (1): 35-51. Nueva York: Routledge.
- Bolter, Jay D. y Grusin, Richard (1998). *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT Press.
- Campanella, Bruno (2010). *Perspectivas do Cotidiano: um estudo sobre os fãs do programa Big Brother Brasil*. Tesis de doctorado. Programa de Posgraduación en Comunicación y Cultura de la UFRJ. Río de Janeiro: inédita.
- Carlón, Mario y Scolari, Carlos (eds.). (2009) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Castells, Manuel (2009). *Communication power*. Nueva York: Oxford University Press. Traducción al español: (2009), *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- \_\_\_\_\_. (2007). "Communication, power and counter-power in network society", en *International Journal of Communication*, N° 1, p. 232-266. <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/issue/view/1>.
- Costello, Victor y Moore, Barbara (2007). "Cultural outlaws: An examination of audience activity and online television fandom", en *Television & New*

- Media*, V 2, N° 8, p. 124-143. <http://tvn.sagepub.com/content/8/2/124.abstract>.
- De Certeau, Michel (1994). *A invenção do cotidiano*. 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes.
- Eco, Umberto (1994). *Six walks in wood*. Cambridge: Harvard University - Norton Lectures. (Traducción al portugués: (1997), *Seis passeios pelos bosques da ficção*. San Pablo: Cia. das Letras). (Trad. esp. (1996). *Seis paseos por los bosques narrativos*, Barcelona: Lumen).
- \_\_\_\_\_. (1984). "Introduction: The role of the reader", en *The role of the reader: Explorations in the semiotics of texts*. Bloomington: Indiana, University Press, p. 3-43.
- Jakobson, Roman (1960). "Linguistique et poétique", en *Essais de linguistique générale*. Paris: Minuit. (Traducción al portugués: (2003). *Linguística e comunicação*. San Pablo: Cultrix). (Trad. esp. (1981). "Linguística y poética", en *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral).
- Jenkins, Henry (2008). *Cultura da convergência*. San Pablo: Editora Aleph. (Trad. esp. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós).
- Jenkins, Henry et al. (2006). *Confronting the challenges of a participatory culture: Media Education for the 21st century*. Cambridge: MIT Press.
- Latour, Bruno (2005). *Reassembling the social: an introduction to actor-network theory*. Nueva York: Oxford University Press.
- Livingstone, Sonia (2004). "The challenge of changing audiences: Or, what is the audience researcher to do in the age of the Internet?" en *European Journal of Communication*, V 1, N° 19: 75-86. <http://eprints.lse.ac.uk/412/>.
- Lopes, Maria Immacolata Vassallo y Orozco Gómez, Guillermo (2011) (orgs.). *Qualidade na ficção televisiva e a participação transmediática das audiências*. Anuário OBTEL 2011. San Pablo: Ed. Globo.
- Lopes, Maria Immacolata Vassallo (2009). Telenovela como recurso comunicativo. *MATRIZES*, V 3, N° 1: 21-47. <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/issue/view/8>
- Lopes, Maria Immacolata Vassallo; Borelli, Silvia Helena Simões; Rezende, Vera (2002). *Vivendo com a telenovela. Mediações, recepção, teleficionalidade*. San Pablo: Summus.

Manovich, Lev (2005). *Remixing and remixability*. [http://www.manovich.net/DOCS/Remix\\_modular.doc](http://www.manovich.net/DOCS/Remix_modular.doc)

Recuero, Raquel (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.

Valencine Gregolin, Máira (2010). "Viver a Vida no limiar da tela: narrativa transmídia chega à novela", em *Revista Geminis*, V 1, Nº 1, p. 53-67. <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/8>.

**ARTE, INSTITUCIONES  
Y MEDIATIZACIÓN  
EN LA ERA DE LA COLABORACIÓN**

---