

«Tormenta» en la Red: apropiación de imágenes y protesta social en torno a una telenovela*

Silvia G. Álvarez

RESUMEN

En el contexto de los sistemas de comunicación virtual, se trata de analizar desde la antropología política las nuevas lógicas de participación social y los mecanismos de apropiación de los recursos, contenidos y significados que circulan en las redes telemáticas.

*A través de un estudio de caso, se destaca cómo opera y se desenvuelve una protesta globalizada en torno de la producción de una telenovela sudamericana (*La Tormenta*), retransmitida por Internet. Se observa la capacidad de acción de los usuarios de un foro para convertir la Red en un medio de organización y crítica y para reaccionar de forma colectiva frente a poderes mediáticos. Esta práctica política consigue trascender del campo virtual al mundo real reclamando reconocimientos y derechos. Una sublevación en Red de consumidores de productos culturales que termina transformando los mecanismos convencionales de participación ciudadana, valiéndose para ello de la conexión de relaciones sociales y emocionales que les ofrecen las nuevas tecnologías de la información.*

Palabras clave: antropología política, comunicación, movimientos sociales en Red, procesos y políticas de participación ciudadana en Internet, política del ciberespacio, telenovelas

* Dedicado a mis camaritas del foro *La Tormenta*, que con su ácido sentido del humor y sus creaciones estimularon este intento de análisis; a Koko por el espléndido cuadro sociocultural en el que se reflejan las tradicionales relaciones de poder y confrontación en contextos fundados en el colonialismo. A todos mis estudiantes de Antropología Política por lo mucho que aprendí tratando de iniciarlos.

ABSTRACT

In the context of virtual communication systems, the new rationale of social participation and the mechanisms used for the appropriation of the resources, contents and meanings that are broadcast through telematic networks are analyzed here from a political anthropology viewpoint.

*A case study is used in this paper to highlight how a globalized protest is developed against the presentation of a South American soap opera, *La Tormenta* (The Storm), which was broadcast on the Internet. Users' capacity for action to convert the Network into a means of organization and critique and collectively react against the power of the media is analyzed here. This political action went beyond the virtual field to the real world, thus allowing the recognition of rights. This uprising in the network of consumers of cultural products has contributed to transform conventional mechanisms of citizen participation, using the social and emotional connections provided by the new information technologies.*

Key words: political anthropology, communication, social movement networks, citizen participation processes and policies on the Internet, cyberspace policies, soap operas

«QUÉ COSA ESTO DE LA COMUNICACIÓN VIRTUAL. LO CERCANO ES MÁS CERCANO, PORQUE LO LEJANO LO INFORMA»

Sin lugar a dudas, en el marco de la globalización, caracterizada por la intensificación del desarrollo tecnológico comunicativo, los medios escritos y visuales han pasado a competir con los flujos interactivos que permite Internet. Como ya se lo advertía desde la antropología, una «nueva trinidad» —información-comunicación-técnica— se alía y se refuerza mutuamente y, aunque el lenguaje continúa siendo un instrumento político, compite con otros modos de expresión: «Hoy en día, los lenguajes se multiplican, se interfieren, pugnan entre sí e, incesantemente, se jerarquizan» (Balandier 1992: 152-154).

La producción cultural circula más rápido, en muchas más direcciones y a través de mayor diversidad de mensajes, aunque esto signifique que el movimiento global de gente, cosas, y producción cultural sea más un discurso que una realidad, y se restrinja a un grupo relativamente pequeño de habitantes del planeta. Para algunos analistas, menos del 2% de la población mundial se mueve internacionalmente, y la mayoría de los sedentarios carecen de acceso a Internet (Friedman 2002). En el consumo de tecnologías avanzadas, las desigualdades de acceso a la información y a las innovaciones se amplían. En el caso de Latinoamérica, solo el 2% de la población accede a la Red, mientras que los *hubs*, sitios desde donde se difunde la información en español, no llegan al 2% (García Canclini 2000: 157).

Pero lo cierto es que, si bien minoritarios, estos sectores acceden a una nueva forma de comunicación que reemplazó en escala al «capitalismo impreso» (Anderson 1983). Si con la imprenta no se necesitaba la comunicación cara a cara para formar parte de una «comunidad imaginada», esta situación se incrementó en el campo de las relaciones virtuales que promueve la nueva economía cultural global (Appadurai 2002).

En estas nuevas condiciones de interacción para la diversidad del mundo, las «industrias culturales», además de un recurso para moldear los imaginarios proyectando discursos persuasivos en favor de la globalización, se han convertido en

una de las actividades económicas más redituables (García Canclini 2000: 155). La industria de la tecnología de la información es un motor fundamental en el crecimiento económico de países como Estados Unidos, que lideran el desarrollo de industrias potentes y poderosas sostenidas en una materia prima intelectual constantemente reproducida y actualizada. La industria del entretenimiento constituye parte de esta economía cultural que ha fortalecido de manera extraordinaria la vida urbana en ciudades como Miami. Esta se ha convertido en un centro global por las numerosas articulaciones multinacionales que la atraviesan, especialmente en el campo de la producción artística. Una producción que se difunde hacia los mercados latinoamericanos desde los años ochenta mediante discursos de multiculturalidad e inclusión social (Yudice 2002).

Sin embargo, los productos culturales no solo circulan desde los tradicionales centros hegemónicos hacia las periferias, sino dentro de los centros habitualmente receptores, desde la periferia hacia otras periferias, e incluso desde la periferia interna de los centros de poder (Inda y Rosaldo 2002). Aunque existe una asimetría en el flujo de significados, ya que se acepta que «el centro habla casi todo el rato, mientras que la periferia escucha» (Hannerz 1992: 219, en Inda y Rosaldo 2002), las nuevas tecnologías de interacción —Internet y sus redes— posibilitan que la polifonía de mensajes globalizados no solo se mezcle, sino además que otras voces participen y consigan ser escuchadas directamente. En este sentido, los medios audiovisuales constituyen una herramienta en disputa que ofrecen posibilidades tanto a creativos como receptores para apropiarse de procesos de representación de la realidad.

Un tipo de producción de consumo mediático globalizado son las telenovelas. Estas no solo compiten como productos locales por ganar espacios de audiencias dentro de sus propias fronteras —tal como pasa en los casos latinoamericanos—, sino que también consiguen circular y propagar su influencia fuera de su propio marco cultural y regional —las telenovelas brasileñas que se emiten no solo en otros países de habla castellana en Sudamérica, sino en zonas de Europa o Norteamérica, son un claro ejemplo de ello— (Kottak 2001; Inda y Rosaldo 2002). Una parte del público televidente y mediático de Estados Unidos y Canadá consume productos culturales de origen sudamericano a través de telenovelas que se difunden en ciertos canales locales que responden a una población de origen emigrante de habla castellana —o hispana— o de sus descendientes. Se trata de un ejemplo de lo que ha dado en llamarse «trafico periférico de la cultura», un itinerario que enlaza a países de la periferia entre ellos (Inda y Rosaldo 2002) y que crea también, dentro del «Primer Mundo», circuitos internos de mensajes compartidos por segmentos espectadores de la población.

En el contexto de las relaciones de poder que continuamente disputan y reordenan el acceso a recursos, incluidos los culturales, la apropiación de los medios tecnológicos —webs, blogs, chats, foros, etcétera—, así como de las imágenes, la interpretación de sus contenidos y significados, han pasado a formar parte del campo de la acción política de los actores involucrados. Aunque a veces se los concibe como productos que automáticamente imponen sus contenidos ideológicos sobre los receptores, los ejemplos demuestran que estos no son consumidores pasivos. Por el contrario, son capaces de personalizarlos, descifrándolos según sus propios códigos culturales, e incluso emplearlos para darles un uso político (Inda y Rosaldo 2002; Kotak 2001). Un mundo aparentemente efímero como el de las imágenes puede pasar a ser apropiado por los receptores-consumidores, y a ser interpretado de modos muy distintos a los calculados originalmente por sus productores y creadores.

Coincidiendo con la idea de que todos formamos parte de las relaciones de poder (Deleuze y Foucault 1984; Foucault 1991) y que la diferencia radicaría en la posición —siempre en tránsito— que ocupamos en el campo de fuerzas en confrontación —hegemonía/contra-hegemonía—, se trataría de analizar cómo opera y se desenvuelve una protesta desde la Red en torno de la producción de una telenovela retransmitida por Internet. De cómo un conjunto heterogéneo, fragmentado y disperso de personas consigue convertir a la Red en un medio de organización, de crítica, y de actuación colectiva. Quienes disputan el poder de tomar decisiones habitualmente se localizan en los márgenes del sistema, y son clasificados como sectores amenazantes. Esta cualidad de peligrosidad se les atribuye precisamente por la capacidad potencial que tendrían de transformar una realidad que, con su sola existencia, cuestionan (Douglas 1991; Juliano 1986).

De aquí que cualquier debate o reclamo de los receptores culturales que vaya más allá de los intereses coyunturales o establecidos pueda ser calificado como una forma beligerante que pone en peligro el desenvolvimiento o la estabilidad de una determinada oferta mediática. Si el poder se disputa en todos los ámbitos públicos y privados, y en todos los campos de la interacción social, los medios de comunicación y sus producciones desterritorializadas, sueltas y ubicuas pueden constituir, para las nuevas generaciones globalizadas y sus comunidades mediáticas, un ámbito de lucha por conseguir espacios propios de autoafirmación, reivindicación, y representación (Gledhill 2000; Handelsman 2005).

La etnografía habitualmente se ha ajustado al espacio concreto en el que se realiza el trabajo de campo y a una relación cara a cara con los informantes. Sin embargo, en el marco de las interacciones mediáticas, es necesario contemplar otro tipo de formas de relación para acceder al análisis de estas nuevas situaciones sociales. La idea de una etnografía presencial, asumida en la participación directa

en un foro, se correspondería en estas situaciones al «estar allí», para —parafraseando a Geertz (1987)— reflexionar sobre estas nuevas «aldeas globales», sobre el desenvolvimiento de formas originales de protesta social en el marco de relaciones de poder mediático. Sobre todo si es en la Red, como zona ambigua y sin fronteras, donde se concibe que se ubica no solo el poder, sino también los «espacios de resistencia» (Sarramea 1999: 91).

Si la etnografía continúa siendo lo que diferencia al trabajo antropológico, coincidiríamos en la necesidad de adecuarla a la etapa de globalización en que nos desenvolvemos, reconociendo que «los problemas residen ahora en cómo combinar la información empírica sobre el terreno con los mensajes mediáticos y virtuales, la residencia con los viajes, los relatos microcotidianos con las estadísticas macrosociales» (García Canclini 2002: 46).

Mi interés teórico reside en prestar atención a las motivaciones y formas en que se desenvuelve la protesta social en el campo de las producciones culturales mediáticas. ¿De qué manera una sublevación en Red de consumidores, organizada en torno de objetivos comunes y coyunturales, termina transformando los mecanismos convencionales de participación ciudadana, y cómo para ello se vale de las nuevas tecnologías de comunicación social?¹

El «estar allí», en este caso, incluye no solo en las formas de relación reflexiva, sino también en las posibilidades de percibir, de participar, en las reacciones de parte de los actores sociales, en la observación de mecanismos que dan origen a una protesta específica, en el acceso a las emociones involucradas e incluso en cierta parte de las historias personales de los protagonistas. Esta forma de «trabajo de campo» me permitió medir la dimensión espacial y global que alcanzó esta protesta concreta, y percibir cómo atravesó del campo exclusivo y monotemático de un foro virtual a los medios de comunicación para, sorprendentemente, alcanzar niveles de trascendencia insospechados por los mismos sectores en conflicto. Poder compartir estos procesos, a lo largo de varios meses, facilitó la valoración del carácter colectivo de la disputa en torno de los derechos que se tiene como público involucrado, de su reconocimiento existencial, y del deseo explícito de participar en el diseño final del producto cultural ofertado. En el caso que presentamos, el

¹ Este análisis bien podría servir de comparación con otras formas de protesta, como el uso de mensajes SMS de teléfonos móviles, Internet o correo electrónico, para la difusión de convocatorias espontáneas con reclamos sociales contra la Guerra de Irak, contra la catástrofe del Prestige, contra la falta de viviendas para jóvenes, por el botellón masivo, etcétera, que se han venido sucediendo, en el caso de España, en estos últimos años. La primera vez que se produce una acción contestataria en el mundo real que proviene del espacio virtual se atribuye a la huelga de internautas a ambos lados del Atlántico contra *Telefónica*, para pedir tarifa plana (Picciuolo Valls 1999: 10).

público mediático se rebeló contra directivos, productores y guionistas por la mala solución que dieron al producto original que ofrecían en venta, una telenovela. Añadido a esto, se pronunciaron contra el marco de especulación económica que rodeó la decisión empresarial.²

«NO ME VA A PASAR NADA; YO AHORA ANDO POR LA VIDA
PROTEGIDO POR SU AMOR»

Las telenovelas —y su particular estética melodramática— reúnen en torno de sí a un gran y variado número de espectadores que no solo siguen las tramas a través de las emisiones televisadas ya desde hace décadas, sino que actualmente lo hacen en foros y vertiginosas discusiones por Internet. Reconocidísimos escritores colombianos como Gabriel García Márquez y Jorge Franco han hecho referencia al poder de expresión que contienen los melodramas llevados a la televisión, y han alertado sobre la oportunidad de apropiarse de estos formatos audiovisuales con ofertas alternativas que respondan a las demandas de los nuevos contextos sociopolíticos locales e internacionales. Cuestionan que estos espacios mediáticos no actualizan sus contenidos, y los productores subestiman en su imaginario a un público que reclama otros niveles de creatividad y atención (Gabetta 2000; Franco 2006):

En «Betty la fea», por ejemplo, las calles estaban vacías en su último capítulo. El melodrama es nuestro. Está en la cultura y la sociedad. Pero, al mismo tiempo, en los últimos años me he vuelto crítico con él. Creo que se ha hecho un mal uso del género y se ha vuelto perjudicial. Colombia llevaba una línea de telenovelas bastante interesantes donde se utilizaba el humor, la ironía, con historias muy nuestras. De pronto, hay un regreso al esquema del culebrón mexicano y venezolano. En un país con tanta violencia, de pronto llegar por la noche a divertirse frente a la televisión era delicioso. Pero hoy el melodrama desperdicia un público de millones de habitantes en Latinoamérica que piden un poco más de respeto. Hoy el melodrama trata al espectador como un subnormal (<<http://www.elcomerciope.com.pe/EdicionImpresa/Html/2006-07-31/impLuces0550176.html>>).

La capacidad de emitir opiniones ha aumentado, al tiempo que el desarrollo de nuevas tecnologías ha facilitado a millones de seres humanos una oferta casi infinita de contenidos y de información instantánea. Desde la aparición de la televisión, han crecido la oferta, el consumo y la segmentación de los públicos masivos, y con ello el desarrollo de la opinión pública (Mora y Araujo 2005: 30-31). Los receptores

² Una versión dedicada al foro que incluye todos los testimonios seleccionados puede leerse en <<http://www.takeforum.com/chrisynaty/index.php?mforum=chrisynaty>>.

han encontrado nuevos canales de interacción, y quizá este aspecto ha pasado desapercibido para quienes todavía ofertan la producción de telenovelas imaginando un público aislado en sus hogares, que no solo no se comunica entre sí, sino que es visto como pasivo e incapaz de constituir un grupo crítico de opinión.

Telemundo (TM) es una cadena que, en sus anuncios, se jacta de una programación original y relevante para su audiencia en idioma español. Al igual que la mayoría de las corporaciones multinacionales de entretenimiento para «América Latina»,³ trasladó sus oficinas a Miami para aprovechar los costos más bajos de producción y de servicio, y para beneficiarse de una población más latinoamericana en contraste con la predominantemente mexicano-americana de su sede original en Los Ángeles. Junto con *Univisión*, ambas redes llegan a más de cien millones de espectadores en Estados Unidos y América Latina (Yudice 2002: 244).

La empresa TM promociona y difunde sus telenovelas a través de foros creados en Internet. Estos cuentan con un/a moderador/a y un público al que se invita a «decir lo que quiera» mediante un simple registro de datos personales, previa aprobación de su administración. Sin embargo, no todos los foros presentan el mismo grado de actividad, el mismo número de participantes, ni la diversidad cultural de miembros. Entre las telenovelas que poseen un espacio en la Web de TM, se encuentra *La Tormenta* (LT), una producción multicultural en tanto que su libreto desarrolla la vida de los llanos venezolanos y colombianos,⁴ que el grupo de actores, productores y técnicos tiene distintos orígenes nacionales —Perú, Venezuela, Colombia, Ecuador, Uruguay y Estados Unidos—, que se graba en Colombia, que se distribuye a varios continentes y que llega a un público cosmopolita.

Aunque su argumento gira alrededor de una típica historia de amor interclasista, la trama se dedica a revisar, utilizando grandes dosis de humor, escenarios naturales, mucha acción, fantasía y controversias, una serie de fenómenos socioculturales de máxima actualidad en el continente. Con evidentes licencias artísticas, sin embargo, los llanos subtropicales no terminan siendo un sucedáneo televisivo del «*fart west* norteamericano», y para variar son «ellos» los que más sufren penas de amor. Promocionada como un romance entre una exitosa mujer urbana de negocios —María Teresa Montilla— y el capataz de la hacienda «La Tormenta» —Santos Torrealba o Santiago Guanipa—, varios guionistas y asesores idearon proyectar una imagen compleja y actual de los intrincados vínculos entre el campo y la ciudad en el marco de una sociedad multiétnica —compuesta por indígenas, mestizos y blancos—. Con un trasfondo de disputas sociales de poder y cosmovisiones en

³ Los términos *Latinoamérica* o *América Latina* excluyen a la población no latina, como la indígena o la afroamericana.

⁴ Véase <<http://www.llanera.com> y <http://www.casanare.gob.com>>.

pugna, la trama se extiende al fenómeno del contrabando, el tráfico de mujeres, la catástrofe ambiental petrolera, el transexualismo, el arbitrario manejo de la justicia en regiones fuera del control nacional, la evidencia de un funcionariado deshonesto al servicio de los poderes locales, los pleitos de tierras y la corrupción generalizada de miembros de las principales instituciones gubernamentales. Todos son fenómenos que forman parte de la vida cotidiana de nuestros continentes y que, aunque «quitaron tiempo» a la relación amorosa de los protagonistas, distinguieron a la telenovela como un producto nada convencional.⁵



La pareja perfecta

Fuente: FanArt Foro TM, Daisy-Victoria, Lisette

El foro de la telenovela LT solía alcanzar un promedio diario de cientos de participantes entre usuarios registrados e invitados —estos últimos no pueden contestar, sino solo leer los temas de debate—. Los miembros del foro son principalmente mujeres cuyas edades oscilan entre los 15 y los 63 años, dedicadas a muy diversas actividades, entre las que predominan estudiantes y profesionales universitarias. Siguen la telenovela en distintos países de América, Europa y Oriente Próximo, «a uno y otro lado del charco», como suelen decir las foristas. Personas desde Finlandia, España, Polonia, Hungría, Líbano, Israel hasta Rumanía conforman el grupo de tele y video-espectadores. El público ve la telenovela a través de la

⁵ Resúmenes publicitarios del argumento, que prescinden de estos matices, pueden leerse en Internet. La idea original de la telenovela es de Humberto Kiko Olivieri, apodado Koko por las foristas de TM.

TV o mediante Internet.⁶ Aunque el idioma «oficial» es el castellano, los diálogos mezclan alegremente formas de *spanglish*, inglés y hasta, ocasionalmente, polaco.⁷ Se trata, pues, de un foro multicultural, multiétnico, multilingüe y multi-religioso, que representa la diversidad social de público que «consumía» la telenovela.

Pocas foristas —participantes del mencionado foro— recuerdan con precisión cómo surgió la idea de retransmitir los capítulos de la novela que se seguían en Estados Unidos, país donde se transmitían por adelantado. Lo que dio en llamarse cada día «abrir la barraca» a las 7 p.m., hora Este de Estados Unidos, congregaba a cientos de usuarios. Varias personas, desde distintos lugares de Estados Unidos, «transcribían» el desarrollo de los episodios del día que veían por TV, mientras que los demás, al mismo tiempo que leían, emitían comentarios e intercambiaban opiniones e impresiones, y disfrutaban de una «fiesta virtual» cargada de diversión y emociones compartidas. Habitualmente, la moderadora y un colaborador del foro subían los videos del capítulo pocas horas después de su transmisión en TV, mientras que otras personas publicaban un resumen para quienes no podían «bajarse» los videos. Las denominadas *pct* —o PC transmisiones— promovieron la creación de una red de usuarios fijos que, agradeciendo el servicio, incrementaba a diario: «Te admiraré siempre por todo lo que pudiste hacer, por todos los sacrificios que hiciste por poder darnos el lujo de ver una novela que en el principio solo pudo ver en los Estados Unidos. Pero gracias a ti la vieron hasta en China, en Malasia, en Japón, ni hablar de todos los países en Europa, etcétera También en África» (mensaje a la moderadora).⁸

Las *pct* se convirtieron en el «lugar» fijo de encuentro a una hora determinada, con lo cual aumentaban no solo la comunicación interactiva y la diversión, sino también la relación personal fuera del foro de los participantes. Esto puso en evidencia la idea de Manuel Castells: «Internet no es una tecnología, sino una forma organizacional que fomenta las relaciones en red» (Yudice 2002: 237). Mayor confianza, distensión en las «conversaciones» y largos debates posteriores consiguieron acrecentar los vínculos, la creación de compromisos y lealtades, y la estimulación de acciones cada vez más planificadas.

⁶ En el caso de Rumanía, según parece, una voz en *off* traduce los diálogos de cada uno de los personajes; ello permitió que los espectadores, en ocasiones, aprendieran castellano. En cuanto a los seguidores vía Internet, destaca el caso de un campamento Saharai en el que todas las noches el público se reunía en torno de la PC de una cooperante, quien traducía los diálogos.

⁷ Inventar, renovar y recrear palabras derivó en un argot común y generalizado que circuló por el mundo (guarandinga, malhaya, caraju, guanipatan, guanibebe, camaritas, hot-perverts, atormentadas, etcétera).

⁸ En la transcripción de los testimonios, se mantiene la grafía original y textual.

Esto derivó en la producción de una serie infinita de creaciones de todo tipo: desde decenas de videos-musicales, juegos interactivos, fotos, chistes, festejos de cumpleaños, poemas, diseños de *banners* —una sola usuaria diseñó más de doscientos— y «avatares», hasta la elaboración de ficciones —conocidos como *fits*— o relatos paralelos sobre los personajes —humanos y animales— que consiguieron su propio y particular público internauta. El foro mantenía actividad continua durante prácticamente las veinticuatro horas del día, ya que se nutría de personas de todas partes del mundo.

«ESTE FORO ES COMO UN LUGAR MÁGICO»

Beatriz Sarlo (1996), en sus reflexiones sobre lo cotidiano, advierte que «sin duda, la postmodernidad es la etapa de la alfabetización mediática, por encima de la alfabetización de la letra», y que no solo los políticos —según parece— tratan de aprobar sus cursos, sino que, lejos de la política y de la profesión mediática, aquellas destrezas del futuro «pueden estar en manos de otros actores que no salen de la televisión sino que van a ella». Recuperando sus planteamientos, podríamos decir que el poder simbólico del *zapping* se detuvo; ancló la audiencia en la telenovela para deleitarse en capturar imágenes más allá de la velocidad y del contenido que, por la primera ley de la televisión, se les entregaba (Sarlo 1994: 62-63). El foro logró extraer las múltiples lecturas del discurso visual y sonoro que, por la segunda ley de la televisión, les era enseñado a una velocidad enloquecida; con esto evitaron la tercera ley televisiva, y fueron capaces de dar una atención más adecuada a la estética «massmediática» en su repetición sin pausa de imágenes y sonidos. Consiguieron, así, vencer la cuarta ley y construir sus montajes ideales para llenar de imágenes a su medida las pantallas alternativas en las que se convirtieron las PC de cada usuario.⁹

Sería bastante largo describir —y no es el objetivo aquí— las redes que se fueron creando o fortaleciendo al tomar como punto de contacto el foro; baste decir que derivó en el diseño y en la creación de nuevas páginas Web, que incrementó la transferencia de contactos entre páginas similares o «amigas» y que atrajo a usuarios de muy diversa procedencia de la Red. Se realizaron *chats* con varios actores de la novela y se mantuvieron, hasta el mes de agosto de 2006, más de 20 600 discusiones y más de 326 800 entradas o *posts*. Uno de los foros del galán protagonista, durante este proceso, reconoció su sorpresa al haber extendido su

⁹ Para recrearse con la producción artística de las foristas, visítase <<http://www.takeforum.com/chrisynaty/index.php?mforum=chrisynaty>>.

influencia a noventa países y ampliado la participación a 300 mil *posts* registrados, con lo cual todos batieron sus récords.¹⁰

Ciertos elementos parecían unificar los criterios del público respecto de la novela: la originalidad en el tratamiento del tema con relación a otras telenovelas conocidas —en la región sudamericana— y «la química» que transmitía la pareja protagonista, con especial énfasis en el actor masculino. Según comentarios y respuestas que aparecen en los *post* del foro, algunas de las motivaciones que más justificaban la participación eran «compartir en la vida cotidiana» con otras personas al intercambiar ideas, opiniones, sentimientos, y recibir estímulos positivos de afecto, respeto, compañía, solidaridad, comprensión, atención, apoyo, gratitud, amistad y generosidad. Lo que simbólicamente se daba y recibía estaba conformado por relaciones sociales de comunicación que se traducían en satisfacción y un mayor bienestar personal.

«GRACIAS POR EXISTIR EN MI VIDA; ME HAN HECHO MUY FELIZ»

Los foristas descubrieron que no estaban aislados, solos, viendo la telenovela en sus casas, ya que habían encontrado una nueva forma de interacción social, de apoyo y de diálogo con personas a quienes no habían visto jamás y seguramente jamás conocerían en persona:

[...] yo la verdad de foros no se mucho por curiosidad llegue aquí y bueno dije hay que compartir, yo no se si vuelva a seguir otra novela porque mi trabajo no me lo permite pero sí lo he disfrutado y es una nueva experiencia el entrar en la vida de otros a través del Internet (Samar).

[...] solo quiero decirles [...] que son buena gente, en la que uno puede apoyarse cuando se siente mal y que a pesar de las grandes distancias que nos separan hemos podido resolver las formas de poder comunicarnos ya sea por chat, msn, foro, mail, carta, teléfono hemos hecho una amistad increíble a pesar de estar en España, Argentina, Colombia y Perú (Carlaplata).

Algunas personas llegaron a sintetizar, en una frase irónica, el peso que logró tener el foro en su existencia —«no tengo vida, mi vida es LT»— y a ponderar el lugar y el tiempo que el este ocupaba en su cotidianeidad:

Aquí he pasado todo mi tiempo libre desde que os encontré y mira que he tenido tiempo libre [...] jeje, aquí he estado todas las noches que no podía dormir como

¹⁰ Foros de Christian Meier: <<http://www.network54.com/Forum/352340/> http://s15.invisionfree.com/Christian_Meier/index.php?act=SF&s=&f=29> y <<http://www.network54.com/Forum/200707/>>.

hoy, aquí he reído, he llorado, me enfadado, todo, nunca pensé que a través de un ordenador sintiera tantas emociones y esto es todo gracias a todas las que formaron este foro y por supuesto a estos dos maravillosos protagonistas que hicieron que esta novela la recuerde para siempre (SaSaSaRa).

Hablaran o no hablaran, las personas estaban ahí: «Yo soy una de las llamadas, que no escribe casi nunca o nunca, pero que se pasa todos los días, y disfruta de cada una de las cosas que hacéis!!! Ha sido fantástico encontrar este foro y a su gente. Gracias por hacerme feliz cada día viendo los capítulos, y todo lo que los rodea !!!» (IRE 40).

La telenovela o el foro ayudaban a la gente, o la gente sentía que los ayudaba. El «principio del don» —dar-recibir-devolver— en el ciberespacio seguía funcionando (Mauss 1971).

«EL PODER ES DE QUIEN LO TOMA» O CÓMO UN FORO MOVILIZA UN EJÉRCITO

«El poder es de quien lo toma», en boca de una de las protagonistas de la novela, anunciaba la capacidad de rebelión que iba a demostrar este colectivo mayoritariamente femenino con conductas aparentemente domésticas y normalizadas —«fanáticas de la novela», como las denominó la Administración de TM—.

Elvira Lindo, en un agudo y sarcástico artículo periodístico, precisamente aludía al ejercicio de poder de los directivos de empresas televisivas para decidir, al margen de los espectadores, sobre la factibilidad de éxito popular de un producto. Frente al fracaso de sus predicciones, ella hacía «la pregunta del millón»: «¿[...] y si con Internet los directivos de televisión se convirtieran en una especie en extinción? Peor aun, ¿y si con Internet los directivos de televisión se vieran forzados a ser seres humanos?» (El País 2006: 15). La escritora apuntaba, precisamente, a la confrontación de intereses en la disputa por los derechos a tomar decisiones. Esta situación se hizo patente, en este caso, desde el momento en que la comunidad mediática comenzó a cuestionar no solo los contenidos de los guiones, las actuaciones, los tiempos adjudicados a los personajes, sino la decisión, aparentemente basada en intereses económicos y de audiencia, de alargar en una decena de capítulos la telenovela sin su protagonista femenina.

El hecho de que la participación en el foro sea mayoritariamente femenina permite distinguir a las mujeres como agentes dinámicos, así como recuperar este caso de beligerancia mediática como otra forma de reclamo en la disputa de poderes en el contexto de una cultura de hegemonía masculina. Las mujeres, tradicionalmente, han apropiado recursos de la cultura popular en sus estrategias

de visibilización pública, intentando ser oídas y cuestionando su exclusión de las posiciones dominantes. Siendo uno de los grupos con menos posibilidades autorizadas de expresión social, sus estrategias han consistido en la emisión de mensajes encubiertos o codificados con contenidos impugnadores de los roles tradicionales a los que se las ha restringido —ser madres o amas de casa, por ejemplo—. Un campo significativo del que han sido desplazadas es el del conocimiento y el saber en tanto estructura de poder (Juliano 1992).

Las telenovelas, igual que antes los cuentos infantiles, son espacios asignados a las mujeres como productoras o consumidoras preferentes. Aunque absorbidas por los medios de comunicación, en su rol de nuevos transmisores de valores y concepciones dominantes, es significativo destacar que son las mujeres las que encuentran en los foros mediáticos otro medio para expresarse y ampliar sus interacciones a nivel global. En el campo del saber y de la creación cultural, especialmente ellas, de forma ingeniosa y sutil, pueden volcar en los foros de las telenovelas discursos simbólicos que cuestionen tanto el contenido ideológico de los productos que se les entregan, como la capacidad de sus productores. Son capaces, como receptoras y desde sus experiencias y su visión del mundo, de elaborar lecturas alternativas y personalizadas en términos de sus propios códigos y significados (Inda y Rosaldo 2002).

Sin embargo, aquí no nos detendremos en la emisión y el análisis de contenido de discursos como campo de confrontación social, sino en la capacidad de apropiación de la Red para organizar una protesta mediática contra el arbitrario abuso de poder reclamado a directivos y empresarios de los medios de comunicación.

«Menos palabras y más acción»

Dos momentos parecen reflejar los mecanismos y los procesos de evolución de la protesta: el primero es de orden virtual; el segundo, de origen real. El primero está marcado por reclamos diversos de las foristas —quienes insistían a la Administración para que fotografías de los protagonistas aparecieran en la portada de la página oficial de la novela— o por críticas contra ciertos personajes secundarios, sobre el contenido del argumento, contra sus guionistas, etcétera. Estas protestas habitualmente asumían formas de parodia, ironía, sátira y hasta insultos divertidamente camuflados —en cierto *post* se leía, por ejemplo, «TM váyanse al guaniinferno»—.

Aunque podría leerse como un monólogo cerrado, el público estaba participando activamente y forzaba a que la empresa TM «posteara» temas de testeo sobre personajes y actores de la novela —y Telemundo Network respondía así: «Te invitamos a que opines sobre la actitud de Valentina»—. Lo pretendieran o

no, el monólogo pasó a ser un diálogo interactivo, aunque circunscrito a la Web. Pero lo que comenzó como un juego virtual pronto adquirió capacidad y poder de cuestionamiento real. Cuando en el argumento de la telenovela se produce la reconciliación de los personajes centrales, la *pct* tele-trasmitida en directo consiguió una cuota presencial de cientos de usuarios, algo inusual hasta entonces en cualquiera de los otros foros paralelos que mantiene TM. Este éxito no solo fue notado, sino destacado en el interior del mismo foro, y se concibió como resultado de la lealtad del público hacia la novela, del ambiente de convivencia y de la «química» de la pareja protagonista. Descubierta por el público una trama conspiratoria que amenazaba a la pareja central, se decidió acudir en su ayuda y proteger a «los patrones de LT» y a la «guanibebé»¹¹ que estaba por nacer.

En unos pocos días, la capacidad de reacción y organización frente a una convocatoria surgida de manera ingenua se tradujo en una cadena operativa que, simulando una estructura militar, se divertía y recreaba en acciones imaginarias dentro de la pantalla. En esto participaban decenas de usuarios, mientras otros se deleitaban leyendo y observando. Bajo el apodo de «llaneras», «camaritas», «losetas» o «atormentadas», las seguidoras habituales y los nuevos miembros se nuclearon espontánea y aceleradamente alrededor de lo que terminó auto-denominándose «Ejército Atormentado. Liga de Defensa de los Llaneros».

Este fenómeno fortalece la idea de que, a pesar de que el soporte lógico de la Red se basa en el discurso racional impuesto por el código del programa, el comportamiento de los usuarios —y por ende parte del propio comportamiento de la Red— excede el código y se sitúa, en muchos casos, fuera de la razón (Saramea 1999: 11-12).

El ejército pasaba a luchar, en palabras de la protagonista de la telenovela, contra un mundo de «crímenes, engaños y venganzas», superables solo por el poder del amor. Un amor que se anunciaba como la única garantía de triunfo contra la traición de la misma familia y allegados o de los enemigos declarados —alcaldes, jueces, hacendados—. Todos ellos dispuestos a cualquier cosa con tal de adueñarse de lo que los indios llaman «la sangre negra del diablo», el petróleo del subsuelo de la hacienda «La Tormenta». El amor, como tema central, pareció desvanecerse en el laberíntico guión de 216 capítulos, dejando tras de sí un reguero de 65 muertos humanos contabilizados al final de la novela. Un ejército virtual, sin embargo, estaba dispuesto a todo por participar con pasión e ingeniosa jocosidad en esta épica cruzada.

En el «estatuto» de fundación del «Ejército de Atormentadas», se aclaraba que los miembros provenían:

¹¹ Así se apodó a la bebe Guanipa de la pareja protagónica.

[...] de distintas nacionalidades tanto Europeas como Americanas y se encuentran organizadas bajo distintas divisiones, que presentan sedes centrales en cada país constituyente [...] Liga de Europa Oriental: con Regimientos en Polonia, Rumania, Bulgaria, República Checa. Liga de Europa Occidental: con Regimientos en España, Francia, Italia. Liga de América del Norte: con Regimientos en Estados Unidos, México. Liga de América Central e Islas del Caribe: con Regimientos en Puerto Rico, Cuba, Panamá. Liga de América del Sur: con Regimientos en Argentina, Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Venezuela.

Parafraseando la jerga militarista, se hablaba de regimientos, divisiones, escuadrones, comandos, pero el sentido original de los vocablos quedaba ridiculizado por las «misiones» encomendadas —controlar que hubiera suficientes pañales para el bebe por nacer, escribir relatos *hots* para mantener entretenida a la tropa, aprovisionar de «traguitos» a las llaneras, mantener el «gallinero» de cada país tranquilo o prestar servicios en la caballeriza cuidando a Dominó, el mejor amigo y caballo del llanero, son algunas de ellas—. Paralelamente, en el mundo virtual de Puerto Bravo —localización de la telenovela—, se crearon un banco que emitió billetes, una farmacia, un diccionario llanero, un periódico semanal, un cine, y se desarrollaron miles de discusiones que desvelaron a personas a «ambos lados del charco». Desde España, primero, y reforzada por Rumanía, llegaron los *banners* diseñados para la «guerra de palabras» que se avecinaba.¹² Se elaboraron encuestas de apoyo, se convocó a reclutamiento masivo, y hasta fuera del foro el Ejército Atormentado comenzó a ganar una popularidad merecida entre familiares y amigos: «No me creen que tenemos un ejército». Durante la primera convocatoria, solo del regimiento de España veinte llaneras tomaron juramento.¹³

Las misiones encomendadas, las estrategias planificadas y las acciones concluidas con mayor o menor éxito en el mundo de la telenovela se fueron sucediendo a lo largo de varios capítulos hasta que se produjo la ansiada «fuga de los llaneros». En la cual, por cierto, también «intervino» virtualmente el Ejército Atormentado: «[...] LA DIVISION DE DEFENSA DE LA LLANERA: debe cubrir las puertas de la alcaldía, asegurarse que nadie ingrese más que Ciro, Pensacola y las Felicias [...]».

De todo lo que iba sucediendo daba cuenta el reportero oficial, que seguía y difundía las principales noticias de cada jornada para quienes no hubieran estado presentes:

¹² Un álbum de *banners* creados se conserva en <<http://www.takeforum.com/chrisynaty/index.php?mforum=chrisynaty>>.

¹³ Por razones de espacio, han sido eliminados los estatutos, rangos y méritos que acreditaban condecoraciones en el Ejército Virtual.

Hola, como siempre les traigo el resumen de noticias del tercer día del ejército atormentado: Esta tarde a las 15.30 hora argentina se realizó la entrega de premios machete de oro, bronce y plata: los premiados fueron los siguientes [...] Por otro lado la general Nati.Cba decidió postergar la persecución de la izzy pero la tendrán bien vigilada para que no salga del país, después del acto de entrega de premios, hicieron guardia pero mientras dejaron que los llaneros paseen de mano de domino y diablo. Mientras tanto en la división de estrategias internacionales en España se ha trazado un plan de vigilancia para el lunes 17 donde se vigilará la alcaldía, la casa de los guerrero, la tormenta y la casa de la TATACOA. Y Se vigilarán las 24 horas a la innombrable a la izzy y a Ricardo para poder atacarlos cuanto menos se lo esperen. Terminó el resumen de noticias Atte. Randaki Reportero oficial del ejército atormentado.

«TENER PODER NO ES TAN IMPORTANTE COMO SABER QUÉ HACER CON ÉL»

El segundo momento importante en este proceso se da cuando los foristas descubrieron, gracias a una serie de indagaciones en el mundo real, que su telenovela favorita iba a ser extendida aun más de lo conocido.¹⁴ Esto no debió constituir problema alguno y pudo haberse leído como un placer agregado, si no fuera por el hecho de que la actriz protagonista iba a desaparecer de las pantallas. Y todo empeoró cuando los foristas descubrieron el riesgo de que el final previsto pudiera ser alterado.¹⁵

¿Por qué unas «mujeres atormentadas» que se dicen seguidoras de la novela se oponen justamente a disfrutar un alargue? ¿Qué les importa el alargue si el actor, supuesto objeto de sus desvelos, continuaría todo el tiempo y solo cambiaría la mujer que lo acompaña? ¿Qué más quieren estas mujeres? Esto es lo que no terminan de entender quienes reciben las quejas. Quizá en una frase del protagonista —«Señorita, detrás de todo esto está el peor de los pecados, la codicia»— se condensa simbólicamente el cuestionamiento de la falta de ética que se reclama a la empresa productora y a sus directivos. Ellas identificaron como codicia comercial las verdaderas razones para modificar el desarrollo de la telenovela. Las decisiones empresariales perjudicaban no solo las aspiraciones de los espectadores-consumidores, al desconocer sus deseos y derechos con respecto al producto que se les había ofertado, sino que evidenciaban una forma de relación laboral que colocaba en

¹⁴ Originalmente estaban anunciados 120 capítulos, que luego se transformaron en 190, y que finalmente llegaron a ser 216.

¹⁵ La actriz no podría participar en «el alargue», pues tras finalizar su contrato estaba previsto que se sometiera a una operación quirúrgica y a su posterior convalecencia.

situación de indefensión física a la actriz. Implícitas en las demandas que hacían, estaba el anhelo a que se reconociera el peso que tenía el criterio del público en el éxito o en el fracaso de un producto cultural, y, como añadido, la disputa simbólica por participar en el diseño del contenido de la telenovela. Protestar por el reconocimiento social del público, su derecho a una participación más interactiva en la elaboración de un producto cultural mediático y la defensa laboral de la actriz compusieron los vértices de la beligerancia mediática desatada. En palabras posteriores de la propia actriz hablándolo con las foristas, todos coincidían:

Como buena Virgo soy muy exigente y me encanta verme para poder criticarme y arreglar lo que está mal, pero casi nunca tengo tiempo así que debo confiar en mi director, y amigos, que sí pueden verlos, y darme opiniones al respecto [...] y prefiero mil veces hacer una novela que ya esté diagramada de principio a fin, pues así uno sabe exactamente por todas las situaciones que va a pasar un personaje y se puede programar mejor el trabajo... y creo que el público si uno hace las cosas mejor y más cuidadas ellos lo aprecian más [...] Tener el guión de una novela así como las películas, diagramadas con historia y desenlace puede hacer el trabajo del actor más rico, más fácil y mejor hecho [...] (Natalia Streignard).

La conexión en Red cumplió, en todo este proceso, el papel de dar forma organizada a la crítica latente para dar paso a la acción colectiva. El conflicto desencadenado no solo no se atenuó, sino que se hizo más patente cuando varios temas marcados como importantes por la moderadora, así como una veintena de *post* de las llaneras, desaparecieron precipitadamente. En la medida que la protesta se extendía y se consolidaba, los intentos de ciertos miembros de la Administración de foros por censurar opiniones y personas exacerbaban los ánimos y aceleraron la radicalización de la revuelta. Aunque todo esto fue finalmente aclarado y la Administración quedó exculpada, la sensación de que alguien se estaba tomando la molestia de acallar la protesta se impuso. Se había abierto una confrontación directa y la pérdida de confianza fue inevitable. Las llaneras tomaron conciencia de que la imagen publicitada del foro —«di lo que quieras»—, como un supuesto espacio de interacción virtual, en términos de libertad de expresión horizontal, tenía sus límites:

[...] pues parece que aquí las constituciones nada más se acatan si a ellos les da la gana y por supuesto a su conveniencia...de otra manera hacen lo que se les da la regalada gana [...] claro hasta que se tropiezan con un ejército como el nuestro [...] porque no nos gustan las injusticias [...] (Lissette, México).

No pensé que eso puede pasar en el país democrático [...] en Polonia tuvimos el régimen totalitario por 45 años y la censura nos acompañaba en cada parte

de nuestras vidas [...]. Mi padre ha luchado por mis hermanos y yo tenemos ahora la libertad de expresión!!!!!! Estoy tan harta de esos medios tan brutales!!!!!!!!!!!!!! (Grazyna).

Es aquí cuando la sublevación se generaliza, los ánimos se alteran, se convoca a un nuevo reclutamiento y las acciones se trasladan fuera del foro. Bajo el lema «No al alargue sin Natalia Streignard», seguidores y seguidoras comienzan a movilizarse pidiendo, mediante cientos de mails, una confirmación y razones del alargue a empresas como *Telemundo*, *Tepuy* y *RTI*. Enseguida, acuden a los medios de información —periódicos, revistas, TV— denunciando la injusticia que se estaba cometiendo contra la actriz principal. Es aquí cuando la Red funcionó hábilmente para llegar de forma acelerada a un mayor número de gente en un momento preciso, y facilitó canales de comunicación para pronunciarse y manifestarse fuera y dentro del foro. Aunque todo ocurría en la dimensión del ciberespacio, la protesta se salió de esta geografía imaginada para trasladarse al campo de los medios de comunicación y tomar contacto con otras realidades paralelas. Fue finalmente la intención de los usuarios la que hizo posible que ambos mundos se relacionaran. Los acuerdos sociales constituyeron la interfase entre el mundo real y el ciberespacio (Picciuolo Valls 1999: 15), y así la disputa del foro con la empresa pasó a ser visualizada hasta por quienes no tenían acceso a Internet.

Cuando los primeros periódicos —electrónicos e impresos— hicieron trascender la protesta del Ejército Atormentado, fue toda una celebración y una fiesta de triunfo y satisfacción. Puerto Rico fue el primer país que informó que existían «Quejas por decisión sobre La Tormenta» y *El Vocero* publicaba parte del comunicado general del ejército.

Las foristas sentían que sus quejas estaban llegando al mundo real, que no se habían quedado circulando por el ciberespacio o enviadas al *trash* de los ordenadores. Las acciones en el mundo real de la publicidad mediática se convertían en un fuerte elemento de presión sobre los responsables de tomar la decisión de alargar la novela. Las «camaritas» por lo menos sentían que las protestas «no habían caído en saco roto». La redacción de *Escenario* —suplemento de *El Vocero* de Puerto Rico— siguió informando: «A la Redacción de ESCENARIO han seguido llegando comunicaciones de diversas partes de Latinoamérica y España quejándose de que la cadena Telemundo, productora de la novela, no les responde a sus preguntas del por qué de esta decisión».

También se produjeron sorpresas cuando se logró la primera nota de prensa que se publicó en el *Miami Herald* de Florida, en Estados Unidos, y que fue enviada de forma espontánea y personal por una seguidora del foro desde El Paso, Texas:

Mi gente salieron en el periódico!!! (Janessa, Moderadora LT).

¡TELENOVELEROS UNIDOS, Jamás Serán VENCIDOS! [...] Tenían en la mano una historia tan bonita, con una química de los protagonistas que sobrepasaba la pantalla, que enamoró a toda la audiencia, y durante ocho meses no han hecho más que desperdiciarla: Por eso ahora no queremos relleno sin Natalia. ¡No aceptamos esta falta de respeto para con ella y para con nosotros! ¡No aguantamos más los capítulos sin sentido, con puro relleno! ¡Exigimos respeto para con Natalia y para con nosotros! Sabrina.

El orgullo creció cuando el nombre del ejército trascendió a las planas de los periódicos y *El Nuevo Herald*, de Miami, en un especial, reconocía su hazaña. Se hacía eco de las cientos de cartas de los cinco continentes que había recibido, e incluso transcribía frases tomadas directamente de los *post* del foro que habían entrado a visitar:

«La Tormenta» genera vientos huracanados entre sus fans. Fans del mundo entero se han unido para defender a la protagonista Natalia Streignard, con el fin de proteger a su personaje, María Teresa Montilla, en la novela *La Tormenta*. «Somos los integrantes del Ejército Atormentado, que la adora y que siempre la defenderá», escriben los foristas, quienes enardecidos por los cambios en la trama han desencadenado un fenómeno mundial nunca antes visto en la industria de la telelgrima... Los fans de los cinco continentes pusieron el grito en el cielo e inundaron los foros de Telemundo con sus quejas. También han mandado cartas a revistas, periódicos y sitios de Internet clamando ¡Justicia! [...] Al pedir un comentario en Telemundo nos dijeron: «Las novelas tienen como promedio cierta cantidad de capítulos, y unas duran más que otras, dependiendo del éxito que tengan. *La Tormenta* ha tenido una gran aceptación de la audiencia y se la ha extendido por esa razón». Se podría agregar: si una telelgrima genera en tantos países tal cantidad de amor, pasión y llanto por un personaje, es que Telemundo le está dando la patada a la lata.

En algunos medios de comunicación, se destacaba el fenómeno de Internet como condicionante novedoso del trabajo de las producciones televisivas: «Ejecutivos y libretistas se inspiran en los foros de los fans. Los televidentes, en los últimos tiempos, se transformaron en lobbistas. Pujan y presionan, en el ciberespacio, a los guionistas para que las historias y los personajes de sus telenovelas preferidas les correspondan el destino que ellos sueñan» (<<http://www.lanacion.com.ar/825562>>).

En la medida en que más artículos y nuevos periódicos le dedicaron atención a los reproches que se les hacía a TM, el asombro y la admiración se apoderó de todos los involucrados. Tanto el ejército como la protagonista y TM descubrieron que el conflicto había traspasado las puertas del foro con mayor intensidad de la

que nadie se imaginaba.¹⁶ Inicialmente, frente a los rumores de que la historia tomaría un nuevo giro, «y que el final grabado por Natalia quedaría en el tacho de basura», la actriz había aclarado en los medios de comunicación:

[...] no creo que sea cierto, pues el propio productor me aseguró que el final sería el grabado y el alargue solo sería una historia paralela. Espero que sea así, pues *La Tormenta* significó mucho para mí y luché por ella hasta el final. Sería muy injusto conmigo que no se respetara dicho final. Y aunque asegura que de suceder sería un golpe muy duro, también deja en claro que «de ninguna manera demandaré a Telemundo» (7-6-2006, revista *Semanario* de Argentina y <<http://telemundo-foros.kcl.net/forum...d.php?t=403368>>).

Esta situación pareció dar un giro gracias al apoyo de la prensa y al esfuerzo del Ejército Atormentado. Natalia les hizo llegar un mensaje en el que podía leerse, entre líneas, que ella pasó de una actitud cautelosa, defensiva, y de sentirse triste, a una relación de cordial negociación, en la que es probable que haya podido acordar mejores términos que los originales con la empresa:

Imaginate que el Impacto que han causado ustedes con sus protestas si ha preocupado muchísimo a los Productores, tanto que se me pidió que fuera a Colombia a grabar algunas escenas, pero dada mi condición obviamente no pude así que les sugerí el hecho de que ellos se trasladaran hasta aquí para ayudarles a enlazar el alargue con mi final, felices con mi decisión de colaborar, realizamos una sola escena de reencuentro entre Santos y María Teresa, por lo que el alargue queda igualito, estaré creo que alrededor de un mes con vendas y secuestrada, pero cuando llegue el momento de retomar la novela donde estaba, habrá una escena donde sí es cierto que yo participe y donde nos reencontramos el galán y MT... por eso les comenté que ustedes son lo máximo, en fin no estoy contenta con la decisión que asumieron de no respetarme, pero, igual quise ayudarlos a terminar la historia como debe ser, por ustedes, porque al final son los únicos que no la disfrutarán como originalmente era [...] y porque uno no debe ser rencoroso, la gente se equivoca y ustedes hicieron que se dieran cuenta del error y aunque ya era muy tarde para repararlo por lo menos queda plasmado que el público también tiene derechos y hay que respetarlos [...]. Las quiero con el alma, son lo máximo, Naty.

Nadie —y menos la protagonista— estaba preparado para la atención publicitaria que recibió el caso en numerosos medios de comunicación. La actriz no solo contestó a través de una amiga del foro y personalmente los mensajes enviados, sino que aceptó participar en un chat con sus fans. El encuentro directo con Natalia

¹⁶ Para un seguimiento de las principales noticias publicadas sobre el Ejército Atormentado y sus acciones, véanse los accesos en línea en la sección de Referencias.

Streignard en el foro volvió a romper todos los índices de participación, y reunió a 441 personas —134 registrados y 307 invitados—.

Era tan claro que la opinión pública de los televidentes contaba cuando esta se hacía sentir, que Natalia terminó buscando la complicidad del ejército no solo para elegir el tatuaje que se quería hacer, sino para proponer un nuevo papel protagónico en otra novela. El ejército no pudo menos que adjudicarse como premio «un machete de oro» por la hazaña alcanzada, y una de sus «generalas» fundadoras resumía la alegría y el orgullo por lo conseguido y lo que aún se podía conseguir:

iiiiiiiiiiiiiiiiiiiiii Esto es increíble!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! La unión hace la fuerza!!! Y este es el mejor ejemplo!! No puedo creer todavía, creo que estoy soñando!! Es increíble todo lo que logramos con nuestras protestas... No puedo creer que realmente nos hayamos hecho escuchar! Cuando leí la primer nota de prensa hace como un mes, respecto a nuestras protestas, pensé que se quedaría en eso. Luego, cuando nos pusimos en contacto con Naty y ella nos respondió tan divina, pensé que el mayor premio a lo que estábamos haciendo era sacarle una sonrisa a ella! Luego se vino el movimiento «0» viendo... Luego el Chat con Naty!! Luego esa nota maravillosa que salió ayer en nuevo Heráld., de Miami! Y ahora estoooooooooooooo oooooooooooooo!!!! Los productores llamaron a Naty para pedirle que volviera a grabar y esta maravillosa persona a pesar de su estado les dijo «en Colombia no, pero si ustedes vienen hasta acá siii» ahiiiiiiiiiiiiiiiiiiiiii que no puedo de la emoción!! Estoy que salto en cuatro patas!! Felicitaciones a toodassss!! Y a todooooo!! Esto lo logramos nosotros! Con nuestras quejas, nuestras protestas, nuestros reclamos!!! No bajamos nunca los brazos, confiamos en nosotras, y esto es lo que conseguimos!! Este foro es lo máximo, todas las camaritas de aquí son lo máximo!! Es increíble esta gente!!!! Estoy felizz!! Y todas debemos estarlo!! Ahora este alargue se pasará volando, nos quedaremos esperando esa escena del reencuentro y los capítulos finales!! Las adoro gente! Gracias a todas las que apoyaron la causa!! Ahora tenemos que ir por más!! Otro protagónico de Naty y Chris! Si logramos todo esto, porque no otra novela con Naty y Chris?????? (NatiCba).

«Usted da su vida por mí y yo doy mi vida por usted; esa es la ley del llano»

Finalmente, no fueron cuarenta capítulos más, pero sí treinta, y el alargue se mantuvo a pesar de la repercusión pública que tuvo la protesta. Sin embargo, perdida una batalla, el ejército no estaba dispuesto a perder la guerra, y se planteó su acción más audaz y arriesgada: paralizar el foro durante veinticuatro horas como medida de rechazo y resistencia al alargue. Después de prolongados debates sobre si se renunciaba a ver la novela, se apagaban los televisores, se dejaban de subir

los videos, se mudaban a otro foro o defendían el terreno ganado en *Telemundo*, surgió el «Movimiento 0 Viendo».

La decisión final significó que, más que el sentimentalismo prevaleciera, predominara el sentido estratégico: todos nos quedamos, pero hay «huelga general el primer día del primer capítulo del alargue» y «Nos tenemos que quedar con Janessa en el lugar donde empezó todo! Acá empezó, acá se tiene que terminar!» (Letys, una llanera red intensa).

No solamente nada detuvo la propuesta de paralizar el foro veinticuatro horas, sino que esta medida trascendió una vez más en los medios de comunicación:

HOY NO HAY QUE VER TELE [...] (para ver la nota completa <<http://www.lauratv.com.ar>>). POLEMICA POR UN POST. Cuando publiqué hoy el post anterior no imaginé la cantidad de mails que recibiría de toda América Latina comentando el movimiento que se originó en los foros de Telemundo y que luego se prolongó entre televidentes de muchos países, incluido el nuestro, por el alargue de la historia de la telenovela «La Tormenta» grabando unos veinte capítulos sin su actriz protagónica, Natalia Streignard.[...] (posted by Laura Ubfal @ 1:16 PM <<http://www.lauratv.com.ar/>>).

La protesta virtual también se trasladó al mundo real a través de las acciones espontáneas de algunas seguidoras. Emergió en las calles de una gran ciudad como Buenos Aires, cuando Normis, una llanera, se presentó «viajando en atormentado por el mundo» en su automóvil, al que decoró con un *banner* gigante sobre el «Movimiento O Viendo». Fue otra forma de llamar la atención sobre la protesta y de extenderla, en la vía pública, a quienes no participaban en los foros.¹⁷

Por fin llegó el capítulo 185, que marcaba el punto cero del inicio del alargue el día 12 de junio de 2006. De todos los países, las foristas participantes entraron ese día al foro y colgaron su «yerro llanero»: «MOVIMIENTO “0” VIENDO: PORQUE NO QUEREMOS NI 1 CAPITULO SIN NATALIA STREIGNARD». El *post* contenía todas las explicaciones y los argumentos de por qué se había tomado semejante medida. Más de cincuenta páginas fueron mantenidas durante las veinticuatro horas que duró la medida como único tema del foro, y muy pocas personas —no informadas— entraron durante ese lapso. Mientras tanto, más de trescientos usuarios se trasladaron al «Ranchito de Demetrio», ubicado en otro foro amigo, a seguir la habitual *pct* y a comentar lo que estaba pasando.¹⁸

¹⁷ Para detalles de la reacción pública conseguida, véase <<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=419675>>.

¹⁸ Para datos sobre el «Movimiento 0 Viendo» y sus resultados, véase en las Referencias el resumen facilitado por la Camarita Supernaxita.

La resistencia al *alargue-relleno* —como pasó a denominarse— no terminó ahí, sino que derivó en una serie de pasatiempos y de concursos ingeniosos y divertidos, que se sintetizaron en la frase «Contra un alargue sin imaginación, un derroche de creatividad». Esto dio lugar a editar de los videos diarios del alargue solo las escenas en las que aparecían el protagonista y Momite —apodo del personaje vendado que sustituyó a la actriz—. Además, las foristas se propusieron y consiguieron la edición de las escenas en las que aparecían solo los llaneros. Editaron los 216 capítulos de la telenovela para «subirlos» a distintos servidores y recrearlos a la medida del deleite de las atormentadas.¹⁹ El público, en un acto de autoafirmación y estímulo de la creatividad, mostraba cómo era capaz de desmontar un producto cultural que no lo satisfacía para personalizarlo.

A pesar de que la telenovela terminó en Estados Unidos el 24 de julio, aún continúa transmitiéndose en muchos países del mundo. Aunque disminuyó drásticamente el número de sus visitantes y usuarios, el foro se mantuvo como el más visitado de todos. En agosto de 2006, todavía asistían cientos de personas a copiar videos, seguir conversaciones, pasarse datos e inventarse nuevos entretenimientos. El Ejército de Atormentadas, antes de bajar la guardia, emitió una carta exponiendo sus valoraciones al finalizar la telenovela, y la envió, además, a directivos y medios de comunicación; por supuesto, volvió a tener espacio en la prensa y fue divulgada:

Terminó «La Tormenta» con polémica. La gente que siguió la telenovela «La tormenta», que todavía se da por Telefé, me mandó la carta que enviaron a Telemundo (productora de la tira) por el final alargado y sin la presencia de su protagonista, Natalia Streignard, tema del que ya nos habíamos ocupado. Es bueno leer como los televidentes se comprometen con una ficción (<<http://www.lauratv.com.ar>>).

«SI EL PRECIO DE UNO DE SUS BESOS ES LA MUERTE... PUES CON GUSTO LA RECIBO Y ME MUERO, PERO EN SUS LABIOS»

Los medios de comunicación virtual, sin duda, a alguien relacionan, pero el contenido de lo que comunican y la circulación de tal contenido denotan una gran diversidad de posibilidades en el nuevo terreno político en que se han convertido. Los lenguajes de la comunicación no son un patrimonio exclusivo y acotado, y tienen la virtud de poder convertirse en herramientas de interpelación y debate de muy diversos segmentos de usuarios.

¹⁹ Para acceder y conocer la cantidad de personas involucradas, accédase a <http://s15.invisionfree.com/Christian_Meier/index.php?showtopic=1378>.

Se puede participar en infinitos grupos de discusión, contenidos en esta particular geografía social que encabeza Internet; sin embargo, su visibilidad e impacto solo pueden ser medidos en la medida en que los mundos virtual y real se conectan y complementan. Para trascender de un campo al otro, debe existir la voluntad de hacerlo, y detrás de esto, la organización de una comunidad mediática unida por intereses más o menos coyunturales o afines. En este espacio social sin fronteras, y con usuarios en apariencia ubicuos, la antropología también tiene un rol que cumplir, y puede participar buscando respuestas a las nuevas preguntas que nos plantea el conflictivo mundo en el que vivimos. Y esto porque, más allá de la globalización y de la supuesta horizontalidad que ofrece la realidad cibernética, el mundo permanece diverso y atravesado por desigualdades sociales y jerarquías múltiples. En este contexto, cualquier ámbito es propicio para disputar cuotas de poder, mejorar posiciones o intentar transformaciones estructurales.

Los recursos y productos culturales forman parte de este campo de la acción política, y los medios tecnológicos de comunicación —webs, blogs, chats, foros— se convierten en hábiles instrumentos de transmisión de propuestas y contrapropuestas. Imágenes, contenidos y significados dominantes se trasgreden para dar paso a proyectos alternativos que los cuestionan, superan o con los cuales coexisten.

En el caso de la industria cultural, los actores sociales involucrados no resultan meros receptores pasivos que consumen todo lo ofertado. Por el contrario, demuestran su capacidad para apropiarse el mundo audiovisual y reconvertirlo en contenidos, significados e incluso formas; van, pues, más allá de lo imaginado por sus creadores o productores originales.

Las telenovelas han sido incluidas como parte de los productos culturales de consumo que estimula el mercado global de las industrias audiovisuales. Su apropiación y negociación es, por tanto, un campo de disputas, competencias y negociaciones. El ambiente de las telenovelas puede parecer frívolo e insignificante ante las luchas sociales, y hasta puede pasar desapercibido de los análisis de poder; aun así, hemos querido resaltar un hecho de suma importancia: que las tecnologías interactivas de comunicación pueden ser aprovechadas desde cualquier sector con acceso a ellas para conseguir participación y reconocimiento en contextos de confrontación.

Los receptores de estos populares productos culturales han sabido ser capaces de aprovechar los nuevos canales de interacción para conformar grupos críticos de opinión y para emitir mensajes que consiguen ser escuchados a nivel global. La telenovela *La Tormenta*, a través de su foro en *Telemundo*, relacionó a cientos de personas de decenas de países de todo el mundo, conectó a gente de muy diversos orígenes y culturas, permitió la creación de redes personales y colectivas,

y confirmó la capacidad de esta comunidad mediática de construir un espacio sociocultural propio.

Las foristas no pretendían cambiar el mundo, pero en el proceso de beligerancia mediática aprendieron que podían usar las herramientas a su alcance, así como sus vínculos personales, para reivindicar derechos y expresar deseos. Luchar por ello fue su elección y su contribución.

El proceso de desenvolvimiento de la protesta, las acciones de las foristas en la Red y en los medios de comunicación muestran cómo un conjunto heterogéneo de usuarios alcanza coherencia y cohesión hasta convertirse en un grupo organizado, capaz de asumir objetivos críticos, de tomar decisiones colectivas y de emprender acciones reales que las expresen y representen. El debate y los reclamos producidos por los consumidores culturales se convirtieron en un cuestionamiento —tanto mediático como real— de la incapacidad creativa de resolver de otra manera un producto cultural. Pero también la crítica se extendió a una forma de proceder empresarial, egoísta y calculadora, que dejaba de lado y manipulaba a un sector que, aunque convertido en minoría por el sistema, es un eslabón inteligente e imprescindible: el público receptor.

La Red puede convertirse, para cualquier fragmento usuario, en un medio de organización y de actuación. Una unidad de comunicación cada vez más habitual que ha dejado de ser excepcional y puede facilitar coordinar un movimiento espontáneo y beligerante capaz de concretar acciones que trasciendan al mundo real. Pero desarrollar la posibilidad organizativa que en este caso concreto alcanzó el Ejército Atormentado y obtener poder de influencia y convocatoria sobre cientos de usuarios fue posible gracias a las relaciones intensificadas fuera del foro. Creemos que son estas relaciones personales, directas y emocionales, las que parecen constituir las verdaderas bases de sostén para que una organización de este tipo haya obtenido la capacidad de trascender del mundo virtual al real, y haya sido capaz de ejecutar acciones coherentes y sistemáticas que provocaron la desestabilidad del sistema mediático. De aquí que se les respondiera, desde el orden establecido, con intentos de censura y subestimación calculada sobre el uso de la crítica irónica y sobre opiniones esmeradas que supieron construir.

Las foristas consiguieron hacerse dueñas de las imágenes y de los contenidos ideológicos de la telenovela que se les entregaba, para personalizarla de acuerdo con sus propios códigos particulares, hasta convertirla en el producto que ambicionaban recibir. Su reelaboración, ingeniosa y creativa, a través de los múltiples canales artísticos que utilizaron —fics, audiovisuales, reediciones de capítulos, banners, etcétera—, demostró de qué manera los consumidores-receptores pueden apropiarse de un producto aparentemente terminado. Se deleitaron reelaborándolo en su discurso visual y de contenido, para jerarquizar en su particular montaje solo

las imágenes ideales para ese sector de la audiencia. En el contexto de la disputa mediática, esta acción simbolizó un aspecto de la lucha por reivindicar, por ser reconocidos en sus demandas, por demostrar su capacidad de personalización y por conseguir un espacio propio de autoafirmación.

REFERENCIAS

- ANDERSON, B.
1983 *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso.
- APPADURAI, Arjun
2002 «Disyunción y diferencia en la economía cultural global». Traducción de Elena Paz Torres. En J.X. Inda y R. Rosaldo (eds.). *The Anthropology of Globalization. A Reader*. Massachussets y Oxford: Blackwell Publishers.
- BALANDIER, George
1992 *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Buenos Aires: Paidós.
- DELEUZE, Gilles y Michel FOUCAULT
1984 *Un diálogo sobre el poder*. Segunda edición. Madrid: Alianza Editorial.
- DOUGLAS, Mary
1991 *Pureza y peligro. Un análisis de los conceptos de contaminación y tabú*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- FOUCAULT, Michel
1992 *Microfísica del poder*. Tercera edición. Madrid: La Piqueta.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor
2002 «Malentendidos interculturales en la frontera Mexico-Estados Unidos». *Culturas en contacto: encuentros y desencuentros*. Museo Nacional de Antropología, Departamento de Antropología Social de la Universidad Complutense de Madrid, 31 de mayo, 1 y 2 de junio.
2000 *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- GABETTA, Carlos
2000 «García Márquez, Gabriel, Periodismo, telenovela y computadoras». Entrevista en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* 71, 2000 (en línea).
- GEERTZ, Clifford
1987 *La interpretación de las culturas*. México D.F.: Gedisa.

- GLEDHILL, John
2000 *El poder y sus disfraces. Perspectivas antropológicas de la política.* Barcelona: Bellaterra.
- HANDELSMAN, Michael
2005 *Leyendo la globalización desde la mitad del mundo. Identidad y resistencias en el Ecuador.* Quito: El Conejo.
- INDA, Jonathan Xavier y Renato ROSALDO
2002 «Un mundo en movimiento. Introducción». Traducción de Elena Paz Torres. En J.X. Inda y R. Rosaldo 2002.
- JULIANO, Dolores
1986 *Cultura popular.* Barcelona: Editorial del Hombre.
- KOTTAK, Conrad Phillip
2001 *Antropología. Una exploración de la diversidad humana con temas de la cultura hispana.* Sexta edición. Madrid: McGraw Hill.
- LINDO, Elvira
2006 «La tía María». En *El País* [España]. Suplemento *Don de Gentes*, domingo 9 de julio, p. 15.
- MAUSS, Marcel
1971 «Ensayo sobre los dones. Motivos y forma del cambio en las sociedades primitivas». En *Sociología y antropología.* Madrid: Tecnos.
- MORA Y ARAUJO, Manuel
2005 *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública.* Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- PICCIUOLO VALLS, José Luis
1999 «Dentro y fuera de la pantalla. Apuntes para una etnografía del ciberespacio». En Leonella Cucurella (comp.). *Antropología del ciberespacio.* Quito: Abya-Yala.
- SARLO, Beatriz
1996 *Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo.* Buenos Aires: Ariel.
1994 «El sueño insomne». En *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina.* Buenos Aires: Ariel.
- SARRAMEA, Adriana
1999 «Antropología de lo político: sociedad virtual y movilizaciones sociales». En Leonella Cucurella 1999.
- WOLF, Eric
2002 «Frente al poder —viejas percepciones— nuevas preguntas». Traducción de Asun Martín Moreno. En J. Vincent (ed.). *The Anthropology of*

Politics. A reader in Ethnography, Theory and Critique. Oxford: Blackwell Publishers.

YUDICE, George

2002 *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global.* Barcelona: Gedisa.

PÁGINAS DE INTERNET

2006 «Siempre nos quedará París». Entrevista a Jorge Franco de Enrique Planas. En *El comercioperu.com*. Última consulta: 30 agosto de 2006. <<http://www.elcomercioperu.com.pe/EdicionImpresa/Html/2006-07-31/impLuces0550176.html>>.

FOROS DE CHRISTIAN MEIER

<<http://www.network54.com/Forum/352340/>> Última consulta: 30 agosto de 2006.
<http://s15.invisionfree.com/Christian_Meier/index>. Última consulta: 30 agosto de 2006.
<<http://www.network54.com/Forum/200707/>>. Última consulta: 30 agosto de 2006.

FOROS DE CHRISTIAN Y NATY

<<http://www.takeforum.com/chrisynaty/index.php?mforum=chrisynaty>>. Última consulta: 30 agosto de 2006.

SOBRE EL MOVIMIENTO 0 VIENDO:

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=408898>>.
<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=408887>>.
<Logo: <http://img147.imageshack.us/img147/9646/movimiento0viendo8sw.jpg>>.

ALGUNAS NOTAS DE PRENSA SOBRE EL CONFLICTO EN EL FORO

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=404910&highlight=puerto+rico>> (link directo a la noticia: <<http://www.miami.com/mld/elnuevo/entertainment/weekend/14718436.htm>>).
<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=404873&highlight=puerto+rico>> (link directo a la noticia: <<http://www.vocero.com/noticias.asp?s=Escenario&n=69726>>; link imagen nota escaneada: <<http://natashaklauss.com/ltvocero51620061ik.jpg>>).

<<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=395822&highlight=puerto+rico>; link directo a la noticia: <<http://www.vocero.com/listadenoticias.asp?s=escenario>>.

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=403368>> (link imagen escaneada: <http://i79.photobucket.com/albums/j148/hustlin_2006/scan.jpg>).

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=404873&highlight=opiniones+foros+televisivos>>.

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=404080&highlight=telef%E9>> (link directo al archivo <http://lauraubfal.blogspot.com/2006_05_01_lauraubfal_archive.html>).

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=402884>>.

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=393017>>.

<<http://telemundo-foros.kcl.net/forum/showthread.php?t=405194&highlight=alargue>>.