

Denis Renó

Jornalista, doutor em Comunicação Social pela Universidade Metropolitana de São Paulo. Possui pós-doutorado pelo Departamento de Periodismo II da Universidade Complutense de Madrid (Espanha) e desenvolve investigação pós-doutoral no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro (Portugal). É professor do curso de jornalismo e opinião pública da Universidade do Rosário, Bogotá, Colômbia
E-mail: denis.porto.reno@gmail.com.
Currículo Lattes:
<http://lattes.cnpq.br/3280707979820725>.

A narrativa transmídia e a “desgovernabilidade” jornalística

Transmedia storytelling and journalistic “ungovernability”

Narrativa transmedia y la “des-gobernabilidad” periodística

RESUMO

A sociedade vive hoje uma realidade distinta da vivida no tempo em que Michel Foucault apresentou os conceitos de “governo” e os teóricos da comunicação começaram a considerar o tema ao tratar de Jornalismo. Antes da web 2.0 e dos processos de comunicação por rede social, a sociedade ocupava um *status* de receptor, enquanto os conglomerados e grupos de comunicação atuavam seguramente como emissores da informação. Mas, com o desenvolvimento dos processos participativos, a sociedade passou a ter força de voz comunicacional. Este artigo apresenta um estudo de caso analítico e de narrativa transmídia da repercussão do lançamento do livro *A privatária tucana* e o silêncio da imprensa. Acreditamos que, ainda que não tenha sido tema de abordagem pelos grupos de comunicação em seus primeiros momentos, as redes sociais cumpriram esse papel. Com a conclusão do trabalho, é possível compreender os efeitos comunicacionais a partir das narrativas transmídia e da participação cidadã. Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo. Linguagem. Narrativa transmídia.

ABSTRACT

Society is now living a different reality from that of the time when Michel Foucault introduced the concepts of “government” and the communication theoreticians began to consider the issue when dealing with journalism. Before Web 2.0 and the communication processes through the social networking, society had the status of a receiver, while communication conglomerates and media groups certainly acted as suppliers of information. But with the development of participatory processes, society gained communicational voice. This article presents a case study of analytical and transmedia storytelling about the impact of the publication of *A privatária tucana*¹ and the silence the press. We believe that, although it has not been the subject of approach by media groups in its first moments, social networks fulfilled this role. With the completion of the work, it is possible to understand the effects of communication from transmedia storytelling and citizen participation.

Keywords: Communication. Journalism. Language. Transmedia storytelling.

RESUMEN

La sociedad vive hoy una realidad distinta de la vivida en el tiempo en que Michel Foucault presentó los conceptos de “gobierno”, y los teóricos de la comunicación empezaron a considerar el tema al tratar de Periodismo. Antes de la web 2.0. y de los procesos de comunicación por red social, la sociedad ocupaba un estatus de receptor, mientras los conglomerados y grupos de comunicación actuaban seguramente como emisores de la información. Pero, con el desarrollo de los procesos participativos, la sociedad pasó a tener fuerza de voz comunicacional. Este artículo presenta un análisis cualitativo y de narrativa transmedia del lanzamiento del libro *A privatária tucana*² y el silencio de la prensa. Creemos que aunque no tuviera un abordaje por los grupos de comunicación, las redes sociales cumplieron este papel. Con la conclusión del trabajo, es posible comprender los efectos comunicacionales a partir de las narrativas transmedia y la comunicación ciudadana.

Palabras clave: Comunicación. Periodismo. Lenguaje. Narrativa transmedia.

Submetido em: 19.9.2012

Aceito em: 15.1.2013

¹ The Portuguese title –*A Privatária Tucana*– makes use of a neologism combining Privatization and Piracy (*Privatária*) and the expression “Tucano”, which is a common nickname given to PSDB party members, after one of the party’s symbols, the Toucan bird. [N. da T.]

² El título portugués –*A Privatária Tucana*– hace uso de un neologismo que combina las palabras “privatización” y “piratería” (*Privatária*) y la expresión “Tucano”, que es un apodo común dado a los miembros del partido PSDB, en virtud de uno de los símbolos del partido, el pájaro tucán. [N. da T.]

Introducción

Desde la industrialización de la información, ocurrida de forma contundente a finales del siglo XIX, el periodismo ha transitado por teorías distintas en el campo de la comunicación. Esta trayectoria fue marcada por momentos de importantes reflexiones teóricas por las diferentes escuelas de la comunicación, que debatían, en su época, el papel de los medios masivos como algo positivo, negativo o un factor sin importancia, comparado con el contenido comunicacional. Entretanto, el concepto de "gobierno" propuesto por Michel Foucault, y que puede ser adaptado en el campo de la "reglamentación" de contenidos periodísticos, pasa a ser cuestionado por corrientes académicas gracias a los efectos de comportamiento de una sociedad que gana poder de voz a partir de la web 2.0, del periodismo ciudadano y de los métodos de lenguaje transmedia difundidos de forma contundente pero no exclusivamente por Dan Gillmor (2005) y Henry Jenkins (2009), respectivamente.

Foucault presenta un concepto de gobierno que, adaptado al periodismo, posiciona los oligopolios y las empresas de comunicación con este estatus, y el concepto de la sociedad repatriada para la condición de receptor. Una relación dictada por reglas que controlan la actividad y, en consecuencia, el

contenido informacional en circulación. Además, esta gobernabilidad define una estructura de poder que posiciona la sociedad como un grupo dominado.

Entretanto, con la llegada de la web 2.0., el poder de las empresas de comunicación quedó debilitado. Ante este nuevo escenario, se tornó necesario revisar conceptos tradicionalmente conocidos, como el de aldea global, de relación entre emisor y receptores o de teorías consideradas sólidas, específicamente las de *agenda setting* y *gatekeeper*, de acuerdo con Nelson Traquina (2004). En contrapartida, la circulación de información por parte del ciudadano pasó a ser una realidad cada vez más presente en el escenario mediático, según Renó y Flores (2012), y lo mismo ocurrió con la regulación sobre lo que debe ser noticia, definiendo, en diversos casos, el contenido de la agenda informacional de acuerdo con los intereses sociales.

Es importante, además, tener en cuenta lo que viene a ser ciudadano, y lo que significa obtener ciudadanía. Estas palabras suenan bien, pero significan mucho más que buenas palabras. Para Adela Cortina (2008, p. 15), "el ciudadano no es vasallo. El ciudadano no es siervo. El ciudadano no es esclavo. Y es muy importante construir comunidades de ciudadanos, de gentes que no son manejadas por otras, que no son manipuladas por otras". Es más, para la autora, el tema ciudadano conlleva dos ideas fundamentales: autonomía y igualdad. Filosóficamente, es un papel del ciudadano compartir con sus conciudadanos sobre lo que es bueno para ellos, en conjunto, en comunidad, como define Aristóteles, en el texto "La política". Por esto, la idea de crear comunidades virtuales para la construcción de la ciudadanía.

Sobre el sueño de poder llegar a una mejor condición de ciudadanía a partir de la producción de información, especialmente con la ayuda de la web, creo que sí, es viable que los grupos populares tengan condiciones de ampliar sus pilares ciudadanos por medio de la web, y esto es un sueño colectivo. De acuerdo con Jesús Martín-Barbero (2008, p. 37), “en Colombia, por ejemplo, están reinventando la democracia desde pequeños municipios, desde barrios, desde emisoras de colegios, pero que es capaz de dar lugar, de dar cabida, a los problemas y a los sueños de los barrios”. Y, aún para Martín-Barbero, es “la hora de poner la comunicación a servicio de la construcción de ciudadanos cada día más capaces de hacerse cargo de sus sociedades”.

De acuerdo con las ideas de Michel Foucault sobre gobierno, y apoyado en teorías contemporáneas de comunicación y participación social, este artículo presenta un análisis cualitativo y de narrativa transmediática sobre la difusión del lanzamiento del libro *A privataria tucana* por la prensa brasileña en finales del 2011. El libro en cuestión, que presenta acusaciones contra el ex gobierno Fernando Henrique Cardoso en sospechas de corrupción, registró la venta de 30 mil ejemplares en menos de 24 horas y, asimismo, no ha recibido mención alguna por parte de los medios nacionales. Pero el caso fue difundido de tal manera por los ciudadanos a través de redes sociales que acabó siendo tema de un reportaje de 10,4 minutos de duración por la TV Record. En el reportaje, la emisora comentó la repercusión del libro en las redes, incluso apuntando que la fuerza social representada en el caso fue responsable por el abordaje del libro por parte de su noticiero. De esa

forma, la gobernabilidad de la información pasó a las manos de la sociedad, y no de los tradicionales “gobernantes de la información”.

Este artículo presenta, a partir de un estudio de caso analítico y apoyado en conceptos de narrativa transmedia, el papel de las redes sociales y la reacción de la prensa brasileña frente a la repercusión del libro *A privataria tucana* a partir de la sociedad. El objetivo del artículo es presentar a la sociedad de investigadores en periodismo un caso que fortalece una nueva condición que puede sostener una necesaria revisión de las teorías de la comunicación, además de representar un nuevo escenario de “gobernabilidad”, demostrando que, una vez más, las posibilidades de la web 2.0 cambiaron el rumbo de la historia en el campo de la comunicación y de las relaciones de poder entre los actores sociales.

El “gobierno” por Foucault

Gobierno es algo con lo cual convivimos regularmente por una cuestión de administración de la sociedad. Escogemos los gobernantes a partir de procesos “democráticos” o recibimos dictadores para gobernar nuestra vida, nuestras acciones, nuestras decisiones, nuestras propiedades e incluso nuestra cultura. Pero gobernar es más que esto, especialmente para teóricos como Foucault.

El tema del gobierno, para Michel Foucault, construye una reglamentación para los procesos de poder, donde uno es lo que definen y observan la sociedad a partir de los padrones de comportamiento y otros siguen estos padrones de comportamiento. Aun, para Foucault:

Seguramente, en la Edad Media o en la Antigüedad grecorromana, siempre existieron tratados que se presentaban como consejos al príncipe cuanto al modo de si comportar, de ejercer el poder, de ser acepto y respetado por los juditos; consejos para amar y obedecer a Dios, introducir en la ciudad de los hombres la ley de Dios etc. (FOUCAULT, 1979, p. 277 – traducción del autor¹).

En este mundo de poderes y de gobiernos, Foucault ofrece conceptos específicamente al campo del periodismo. Según el autor, hay estructuras de poder en toda sociedad, algunas con más fuerza, otras ni tan expresivas, pero hay. Para Foucault:

En el fondo en cualquiera sociedad existen relaciones de poder múltiples que atraviesan, caracterizan y constituyen el cuerpo social y que estas relaciones de poder no pueden se disociar, se establecer ni funcionar sin una producción, una acumulación, una circulación y un funcionamiento del discurso. (1979, p. 179 – traducción del autor²).

Gobernar, para Foucault, está intrínseco a la sociedad. En todos los procesos existe el estatus de liderazgo y el de liderado. Los procesos de poder existen en la familia, en el trabajo, en la religión, en el arte y,

¹ Seguramente, na Idade Média ou na Antiguidade grecorromana, sempre existiram tratados que se apresentavam como conselhos ao príncipe, quanto ao modo de se comportar, de exercer o poder, de ser aceito e respeitado pelos súditos; conselhos para amar e obedecer a Deus, introduzir na cidade dos homens a lei de Deus, etc.

² No fundo em qualquer sociedade existem relações de poder múltiplas que atravessam, caracterizam e constituem o corpo social e que estas relações de poder não podem se dissociar, se estabelecer nem funcionar seu uma produção, um acúmulo, uma circulação e um funcionamento do discurso.

por supuesto, en el periodismo. Además, para el autor, esto no es solo una habilidad. Para él, gobernar es “una continuidad ascendente en el sentido en que aquello que quiere poder gobernar el Estado debe primero saber gobernar su familia, sus bienes, su patrimonio. Es esta línea ascendente que caracterizará la pedagogía del príncipe³” (FOUCAULT, 1979, p. 281 – traducción del autor). Y complementa diciendo que “cuando un Estado es bien gobernado, los padres de familia saben cómo gobernar sus familias, sus bienes, su patrimonio y por su vez los individuos se comportan como deben” (idem).

En el campo del periodismo, el “gobierno” está en la propia estructura del hacer noticia. En otro momento, cuando escribía la serie “Reportajes de ideas”, Michel Foucault hizo un esfuerzo por seguir el ritmo y el proceso de producción periodística, pero al mismo tiempo escribió en sentido contrario, rompiendo con este acuerdo de gobernabilidad profesional. Además, Foucault, en ese momento, tenía fuertes cuestionamientos sobre la circulación de informaciones e ideas, principalmente sobre la confusión generalizada de valores (ERIBON, 1990, p. 273).

El periodismo es una profesión pautada por una serie de “normas y valores”. Entre ellos, apuntan como algunos de los más destacados el concepto de información y la definición de importancia y relevancia. Además, la labor periodística es constituida por reglas específicas que regulan, incluso, los procedimientos éticos del profesional.

³ Uma continuidade ascendente no sentido que aquele que quer poder gobernar o Estado deve primeiro saber gobernar sua família, seus bens, seu patrimônio. É esta linha ascendente que caracterizará a pedagogia do príncipe.

Gobernar bien, algunas veces (para Foucault), es saber subordinarse a algo para conseguir sus propios objetivos. Como dice el autor, saber gobernar es tener conciencia de que todo esto es fruto de las relaciones empíricas con los otros y que no existe gobierno solitario. De esta forma, el periodismo “gobierna” o es gobernado por terceros que detentan algún poder, sea político, social, económico, religioso o mismo bélico. Un periodista, aunque la teoría proponga otra situación, no tiene libertad incondicional para decir algo que pasó con una importante compañía que hace publicidad en el periódico donde trabaja. Lo mismo pasa con algún político involucrado en denuncias de corrupción que tiene una buena relación personal con el editor, con el director o con el dueño de la compañía.

Entre todas las censuras, la peor es la que corresponde al proceso de autocensura, cuando el periodista legitima la existencia de una estructura de gobernabilidad de su labor y hace lo que quieren los gobernantes en detrimento de la noticia, sin al menos tentar hacerlo pasar adelante. Esto es común en una redacción periodística. En algunos casos, el periodista autocensurado pasa adelante la noticia para que otro compañero, de otro periódico, haga su papel de difusor de la información.

Pero, a partir de la web 2.0, este tipo de problema ha pasado a tener otra solución. La sociedad vive, hoy, un surgimiento de blogs con contenidos informativos producidos por profesionales periodistas, que publican en sus páginas web personales las noticias que no podrían publicar en el periódico en que trabajan. Algunos asumen su identidad real, pero otros, por seguridad laboral, crean nombres ficticios y siguen escribiendo.

Lo mismo pasa con la sociedad, que accede al estatus de media. Por las redes sociales y la blogosfera, “nosotros somos los media”, parafraseando Dan Gillmor (2005), para quien la sociedad hoy tiene el poder de difusión de la información de igual manera que los periódicos, pues los actores sociales se agrupan por redes de conocimiento e interés (CASTELLS, 1999) y hacen circular la información a través de su grupo personal. Sus pares sociales reciben la información de alguien que, de cierta manera, cuenta con la credibilidad del grupo y difunden el mensaje. Además, en estos procesos no hay una preocupación con respecto a la propiedad de la información. Lo importante es difundirla. Entonces, de esta forma, gana espacio en los media con una velocidad considerablemente alta, en especial cuando lo hacen por procesos transmediáticos (RENÓ, FLORES, 2012), siguiendo una tendencia contemporánea de lenguaje.

Sobre narrativa transmedia

Narrativa transmedia es un tema que viene siendo discutido por la academia con frecuencia e relevancia. El tema gana fundamental importancia por no ser solamente una estrategia narrativa. Según Renó y Flores (2012, p. 93), transmedia significa hoy un nuevo concepto de lenguaje, o un nuevo lenguaje propiamente. Además, es un lenguaje contemporáneo para la sociedad contemporánea, hecho no solo para la sociedad, sino también por ella, y con multiplicidad de discursos y plataformas.

El término *narrativa transmedia* ha surgido a partir del concepto de dialogismo y de polifonía, de Mikail Bakhtin (1997), pero su primer uso fue por Stuart Saunders Smith, en 1975, como Trans-media Music. Para

Smith, juntar distintos fragmentos musicales de ritmos diversos y por instrumentos diferentes sería una nueva música. Después, con Marsha Kinder (1991), surge el término *intertextualidad transmedia*, más próximo a lo que conocemos hoy en día. En seguida, Henry Jenkins (2009) comienza a presentar el concepto de *transmedia storytelling*, o narrativa transmedia, que presenta algunos factores decisivos, como el de la interactividad y de movilidad. Además, es importante considerar los procesos de distribución de los contenidos, frecuentemente transformados por los usuarios a partir de procesos de edición (RENÓ; FLORES, 2012).

Los autores también definen que la condición de *crossmedia* es distinta de la de *transmedia*. *Crossmedia* sería una repetición del mismo mensaje, adaptada para distintos medios, mientras narrativa transmedia consiste en producir mensajes distintos para distintos medios. La suma de estos mensajes proporciona otro mensaje, amplio, interpretativo y participativo.

Henry Jenkins también presenta una definición de narrativa transmedia, pero utiliza conceptos de entretenimiento y/o ficción, aunque sirve para explicar otras formas de narrativa, como la de realidad. Para ello:

Narrativa transmedia si desarrolla a través de múltiples soportes mediáticos, con cada nuevo texto contribuyendo de manera distinta y valiosa para el todo. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que hace mejor – a fin que una historia pueda ser introducida en una película, ser expandida para la televisión, novelas y HQ; su universo pueda ser explorado en videojuegos o experimentado como atracción de un parque de diversiones. (JENKINS, 2009, p. 135 – traducción del autor⁴).

⁴ Narrativa transmídia se desenvolve através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de

El tema también es presentado por Carlos Scolar, que cuestiona la fuerza de la televisión frente a esta nueva realidad. Para el autor, si no hacemos estas preguntas para procurar respuestas satisfactorias tendremos problemas comunicacionales en pocos años. Para él:

¿Dónde se reubica la televisión en el ecosistema mediático? ¿Cómo se posiciona respecto a los ordenadores o los teléfonos móviles? ¿Cómo se crea socialmente el significado de la televisión en la era de las pantallas interactivas? (SCOLARI, 2008, p. 235).

Una prueba de la pérdida de fuerza por parte de los medios tradicionales frente a los nuevos medios, o estructuras narrativas, podemos ver en ejemplos como el del libro *A privatária tucana*, entre otros de tan buena expresividad, dentro y fuera del país, como apunta Dan Gilmore (2005) en su libro refiriéndose a la circulación de una fotografía digital por la internet estadounidense y que después fue vista en una protesta en Oriente Medio. La sociedad ha decidido lo que debería aparecer en las pantallas televisivas, es decir, lo que debe estar en la *agenda setting*. En verdad, lo que pasó es una confirmación de lo que defiende Gilmore (2005), para quien la sociedad ha cambiado para el estatus de “seres medio”. Una sociedad que ha dejado de ser fuente de información para los periodistas para asumir el papel de productores de contenido (RENÓ, FLORES, 2012). Una sociedad

maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida em um filme, ser expandida para a televisão, novelas e HQ; seu universo possa ser explorado em videogames, ou experimentado como atração de um parque de diversões.

constituída de prosumidores, es decir, personas que no se limitan a consumir información, sino que también producen contenidos. Paul Levinson (2012) vuelve a presentar el tema pero de otra manera, llamando los ciudadanos contemporáneos de *new new citizens*, pues son los que producen y divulgan informaciones y contenidos mediáticos en sus redes sociales.

Privataria Tucana en la red social

El libro *Privataria Tucana* es, de alguna manera, objeto de estudio del artículo. No nos interesa el contenido del libro, pues aunque sea relevante no es la propuesta de la investigación. El propósito del texto es analizar y presentar los procesos de comunicación y circulación de información sobre la existencia del libro por la sociedad, pues la prensa no cumplió la tarea de difundir la publicación del periodista brasileño Amaury Ribeiro Junior, aunque el tema resultaba relevante como noticia de interés general.

A privataria tucana es un libro que vendió 30 mil ejemplares en menos de 24 horas, agotando la edición. El contenido del libro presenta denuncias de corrupción en los procesos de privatización en el segundo período del gobierno Fernando Henrique Cardoso (1999-2002) a partir de documentos oficiales y conseguidos de forma totalmente lícita. Se trata de periodismo de precisión, investigativo, que presenta a partir de un largo trabajo denuncias que van en contra del interés de una parcela importante de la sociedad brasileña, entre ellos algunos medios de comunicación. Por esta razón, no salió en ninguno noticiero, en radios, en Internet y, por supuesto, nadie de la prensa hizo algo sobre el tema. Quedó relegado casi al ostracismo. La noticia jamás debería ser la ven-

ta de 30 mil ejemplares de un libro en 24 horas, más aun si consideramos el inexpresivo índice de lectura anual de los brasileños, no superior a 4,7 libros al año. Si, podría ser una noticia. Pero la verdadera noticia debería ser el contenido del libro que vendió 30 mil ejemplares en 24 horas, pues el tema era de interés para la sociedad brasileña, que podría conocer otras denuncias de corrupción involucrando políticos del país. Nada apareció en la prensa.

Asimismo, la sociedad jugó su papel. Con apoyo de las redes sociales, especialmente Twitter y Facebook, brasileños promovieron la circulación de información sobre el lanzamiento del libro que fue imposible tomar cuenta de lo que se pasaba, al menos de alguna manera. Además, contra las leyes PIPA⁵ y SOPA⁶ (ahora ACTA⁷), ciudadanos cumplieron su papel y aprovecharon lo que la red tiene de más valioso, que es la libertad para hacer circular y compartir conocimientos. Internautas hicieron copias digitales del libro en igual menos de 24 horas y publicaron en internet toda la obra en PDF en el segundo día. Para promover la distribución de la copia digital a los interesados, publicaron el link en el Facebook y en Twitter, haciendo que el libro íntegro quedara disponible para los interesados. El agotamiento de las copias de la primera edición no sería más un problema

⁵ La ley PIPA – Protect Intellectual Property Act – fue propuesta para controlar los derechos del autor en Estados Unidos, pero no fue aprobada.

⁶ La ley SOPA – Stop Online Piracy Act – fue propuesta para controlar los derechos del autor en Estados Unidos, pero no fue aprobada.

⁷ La ley ACTA – Anti-Counterfeit Trade Agreement – existía en Estados Unidos y era adoptada para controlar las patentes de medicamentos, pero fue ajustada para cubrir también cuestiones de derecho de autor en el país.

(seguramente, otras ediciones se agotarán, aunque con menos velocidad).

Al tercer día, ya totalmente público para la sociedad, al menos para los conectados y politizados, la emisora de televisión TV Record, la segunda en audiencia en el país, acabó haciendo un reportaje para televisión (su principal noticiero de televisión, exhibido en horario noble de la noche). Hasta ahí nada de especial. Lo que llama la atención es que el reportaje tenía 10 minutos y 40 segundos, mientras el tiempo normal para un reportaje de televisión no supera 1,5 minutos. Además, en el reportaje, el noticiero justifica la producción del material por la circulación del tema por redes sociales, aunque la prensa brasileña ha ignorado totalmente el caso.

Según el periodista que hizo el reportaje, Luiz Fara Monteiro, durante su realización, declara:

Nosotros conversamos hoy con representantes de la Geração Editorial, que ha publicado el libro, y ellos confesaron que no tuvieron tiempo de reforzar el acervo en las librerías así que empezó la gran polémica, el gran comentario sobre el libro, aun en las redes sociales, antes del lanzamiento del libro⁸.

Es más, según el periodista, durante el reportaje, los profesores universitarios y científicos sociales brasileños consideraron que a partir del lanzamiento del libro en el país se demostró que ha cambiado la relación entre los grandes media y la sociedad. Este tema ya fue presentado por Gillmor (2005) no solo al definir la sociedad como los “seres medio”, sino también al presentar la siguiente propuesta:

⁸ De acuerdo con el reportaje producida por la TV Record y reproducida por red social. Disponible en http://www.youtube.com/watch?v=3dRZM6_xCmM. Acceso en: 28 feb. 2012.

Este capítulo llama la atención para dos grupos. Primero, las personas que se tienen mostrado activas, por su cuenta y riesgo, mismo antes del periodismo cívico tener sido puesto a la disposición de todos. Son los tradicionales autores de cartas al director, dedicados y activos, habitualmente a nivel local. Ahora pueden escribir en blogs, organizar grupos y, en general, provocar agitación sobre las cuestiones, políticas u otras, que los interesan. Una vez que sepan hasta donde pueden ir en el sentido de ultrapasaren las fuentes tradicionales de información y de influenciaren el proceso periodístico, tendrán creciente impacto por quedaren, más que antes, involucrados en un dialogo alargado. (GILLMOR, 2005, p. 142 – traducción del autor⁹).

El autor deja claro en el texto que la sociedad tiene la fuerza, a partir de su movilización por los caminos contemporáneos, como la blogosfera y las redes sociales, denominados en el texto como grupos (aunque Gillmor empieza a justificar por herramientas convencionales, como la carta al director). Y el caso *A privataria tucana* refuerza la idea que él defiende en su texto.

Además, como que para reforzar lo que dice Gillmor, el periodista Leandro Fortes declara, en el mismo reportaje, la invisibilidad del libro para la gran prensa.

⁹ Este capítulo chama a atenção para dois grupos. Primeiro, as pessoas que se mostraram ativas, por sua conta e risco, mesmo antes do jornalismo cívico ter sido posto à disposição de todos. São os tradicionais autores de cartas ao diretor, dedicados e ativos, habitualmente a nível local. Agora podem escrever em blogs, organizar grupos e, em geral, provocar agitação sobre as questões, políticas ou outras, que lhes interessam. Uma vez que saibam até onde podem ir no sentido de ultrapassarem as fontes tradicionais da informação e de influenciarem o processo jornalístico, terão crescente impacto por ficarem, mais que antes, envolvidos em um diálogo estendido.

Y un otro fenómeno, que es el fenómeno dentro del fenómeno, es que un libro como este, que vende como pan caliente, que tiene una repercusión expresiva en las redes sociales, Twitter, Facebook, en la internet, simplemente se torna invisible para la gran media. Para la llamada gran media. Una media vieja, que está viviendo en absoluta desconexión de la realidad¹⁰.

Sobre el tema, Renó y Flores (2012) declaran que a partir de las redes sociales los ciudadanos construyen sus procesos comunicacionales con fuerza suficiente para sostener los temas que a ellos les resultan interesantes. Lo mismo consideran Oscar Espiritusanto & Paula Gonzalo Rodríguez (2011, p. 15), para quienes:

La participación de los usuarios en el ámbito de la comunicación varía dependiendo de sus necesidades y motivaciones básicas. No hay duda que el periodismo ciudadano cuenta con una serie de ventajas, como la herramienta para la comunicación y la colaboración frente a los medios tradicionales. En ciertas situaciones es más rápido y notablemente más económico, ya que permite tener a numerosos potenciales reporteros en cualquier parte del mundo a bajo coste.

Con todo, percibimos que la gobernabilidad propuesta por Foucault no es una realidad mediática a partir del surgimiento de las redes sociales y de posibilidades 2.0 de producir contenidos para la web. Los ciudadanos transformaron el espacio digital en un campo sin gobiernos, donde la sociedad tiene el poder de definir lo que debe ser tema del periodismo para una real democracia: establecido por la mayoría ciudadana.

¹⁰ Disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=3dRZM6_xCmM. Acceso en: 28 feb. 2012.

En el caso del libro *A privataria Tucana* quedó clara la fuerza ciudadana. Los *gatekeepers* de los procesos comunicacionales –al menos de la TV Record– fueron los usuarios de las redes sociales, que definieron lo que debería hacer parte de la *agenda setting* de dos días después en los noticieros de la emisora. Incluso, de acuerdo con Renó y Flores (2012), a partir de las narrativas transmedia la sociedad pasó a presionar por las circulaciones de información lo que debería ser considerado relevante e importante para “las páginas de los periódicos”, aunque mucha gente no sepa más que viene a ser una página de verdad, pues están acostumbrados a páginas digitales.

Pero, también es fundamental considerar los intereses de la TV Record en esa producción del reportaje, pues el tema fue responsable por una audiencia resultante de una noticia que podría ser exhibida sin problemas políticos, ya que la emisora no tiene los mismos vínculos políticos que la competencia y de otros medios. Por lo contrario, la emisora tiene, de alguna manera, un vínculo político con el PT, partido que tenía total interés en esa noticia.

Consideraciones

A partir de ambientes digitales de posibilidades 2.0, es decir, la participación y la interactividad para ciudadanos que asumen el estatus de prosumidores, se torna necesario incluso revisar algunos conceptos provenientes de las tradicionales teorías de la comunicación, en las cuales el estatus del receptor asume una condición de sumisión y los medios ganan un poder absoluto en los procesos de definición de agenda.

Otros cambios, a partir de casos como el libro *A privataria Tucana*, están directamente relacionados

con el concepto de poder. Fenómenos que antes dependían de condiciones económicas y oficialmente ideológicas, hoy sólo necesitan, para hacerse patentes, unas condiciones de relaciones humanas, de redes de contactos y unos niveles mínimos de conocimiento de tecnologías que se encuentran disponibles gratuitamente en internet, como las redes sociales y la blogosfera. En estos espacios, el poder comparte las condicionantes tradicionales con las nuevas apuntadas aquí.

Otro punto que quedó claro en este estudio fue la capacidad humana de hacer, de reconstruir, de redefinir los procesos comunicacionales. Efectivamente, nosotros somos los medios, como defiende Dan Gillmor. Y más: nosotros hacemos los contenidos para los medios, definimos lo que deben contener los medios. En verdad, ahora nosotros tenemos nuestros medios, claro que en ambientes digitales (no disponibles para todos los estratos, pero cada día con más adeptos de otros niveles sociales y culturales).

En este sentido, tenemos en cuenta los estudios de Renó y Flores apuntados aquí, sobre transmedia. En estos estudios, queda claro que las narrativas transmedia no son algo que vamos a vivir en el futuro solamente, aunque ese futuro comunicativo sea inevitable. Esta es una realidad en que nosotros, los periodistas vivimos hoy, y aprendemos a convivir, a trabajar con ellas a cada día. Podemos confirmar esta realidad a partir del caso *A privataria tucana*.

Una sociedad aparentemente débil, sin fuerza mediática (además porque no tiene, aparentemente, ningún conglomerado mediático de cobertura nacional), fue capaz de definir lo que el segundo canal de televisión del Brasil, un país con más de 190 millones

de habitantes, lo que debería ser tema de un reportaje. Y más: lo que hicieron tuvo tanta fuerza que llevaron los periodistas de la emisora a producir un reportaje de más de 10 minutos de duración, mientras el normal es de nada superior a 1,5 minuto en televisiones del país. Además, la fuerza ciudadana a partir de las redes sociales fue tan expresiva que los periodistas que hicieron el reportaje declararon la importancia de la movilización para la producción del material.

A privataria Tucana es un libro que cambia la forma de considerar el poder mediático en Brasil y, ojalá, en otros países del mundo. Además, es una obra en la cual lo menos importante para nosotros, investigadores en comunicación social, es su contenido. Esto nos importa como ciudadanos, pero como investigadores lo que tiene más relevancia fue la capacidad de movilización y circulación de contenido por parte de los actores sociales. Esto, seguramente, exige un cambio de teorías, o una reconsideración de las mismas, como defiende Scolari (2008) al presentar los conceptos de hipermediaciones como una revisión de las tradicionales teorías de la comunicación. Si, seguramente, tendremos que revisarlas.

Referencias

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORTINA, A. **Ética de los medios y construcción de ciudadanía**. Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias. Loja: Padre Reus, 2008. p. 15-32.

ERIBON, D. **Michel Foucault: uma bibliografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

ESPIRITUSANTO, O.; GONZALO RODRIGUEZ, P. **Periodismo ciudadano**: evolución positiva de la comunicación. Madrid: Fundación Telefónica/Ariel, 2011.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

FOUCAULT, M. Les reportages d'ideés. In: DEFERT, D.; EWALD, F.; LAGRANGE, J. (Eds.). **Dits et Écrits**. Paris: Gallimard, 1984.

GILLMOR, D. **Nós os media**. Lisboa: Presença, 2005.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LEVINSON, P. **New new media**. New York: Penguin, 2012.

KINDER, M. **Playing with power in movies**. Television and video games: from Muppet Babies to teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California, 1991.

MARTÍN-BARBERO, J. **Los medios, constructores de la ciudadanía**. Comunicación, ciudadanía y valores: re-inventando conceptos y estrategias. Loja: Padre Reus, 2008. p. 33-37.

RENÓ, D.; FLORES, J. **Periodismo transmedia**: reflexiones y estrategias de los medialabs en el desarrollo de la comunicación transmediática. Madrid: Complutense de Madrid, 2012.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones**: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

TRAQUINA, N. **O estudo do Jornalismo no século XX**. Porto Alegre: Unisinos, 2004.