

Hacia la cultura de la convergencia*

Francisco Albarello



En *“Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación”*, Henry Jenkins describe la dimensión cultural que asume la innovación tecnológica que vivimos.

Para algunos, Henry Jenkins, investigador del MIT (Instituto Tecnológico de Massachussets, EE.UU.) es el Mc Luhan del Siglo XXI, un referente obligado para quien busca entender la dimensión cultural del proceso de innovación tecnológica que estamos viviendo desde las últimas décadas del siglo XX. En su último libro, Jenkins propone el término **“convergencia”**, que designa *“al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento”* (Jenkins, 2008: 14). Para el autor, entonces, **la convergencia es un proceso tanto cultural como tecnológico**, *“donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles”* (Jenkins, 2008: 14).

Para explicar sus conceptos, Jenkins estudia diferentes fenómenos sociales que se dan en Estados Unidos y donde tiene una especial ingerencia la tecnología –y sobre todo, Internet-, fenómenos donde tiene lugar la cultura de la convergencia y que dan forma a la **“inteligencia colectiva”** enunciada por Pierre Levy (1998: 13). Así, analiza la comunidad de “aguafiestas” del reality show *Survivor* (formato importado aquí en Argentina bajo el nombre *Expedición Robinson*). Los “aguafiestas” son los fanáticos que se dedican a analizar pormenorizadamente la serie, a anticipar los hechos que van a suceder, a averiguar datos y darlos a conocer. El uso de Internet

potenció esta práctica, también conocida como “destripe” (*spoiling*), donde los fanáticos comparten sus informaciones para intentar anticipar lo que sucederá en la pantalla.



Luego, Jenkins se ocupa de analizar otros formatos exitosos de la TV, como American Idol o la zaga de Harry Potter, y también la “narración transmediática” que encarnó la trilogía cinematográfica de Matrix, un fenómeno que no se quedó sólo en los films, sino que incluyó producción de cómics y animé en Internet e incluso un videojuego. Pero lo más interesante es que estas **producciones fueron pensadas en forma complementaria**: unas se citan a otras en una suerte de texto global. Jenkins afirma al respecto que “*Matrix es un entretenimiento para la era de la convergencia mediática, integrando múltiples textos para crear una narración de tales dimensiones que no puede confinarse a un único medio*” (Jenkins, 2008: 100).

Más allá de los fenómenos analizados por el autor, el concepto de “cultura de la convergencia” resulta útil para comprender el tipo de **relación que nuestros alumnos mantienen con la información y el entretenimiento**. Éstos les llegan a través de **diferentes medios** –TV, Internet, celular, videojuegos, dispositivos móviles- que no se oponen sino que **forman un todo articulado**, en el cual los productos culturales se citan entre sí. Asimismo, esta oferta transmediática requiere de receptores activos que hagan varias cosas a la vez –lo que se conoce como multitarea o *multitasking*- y que mantienen, por tanto, una **atención diversificada**. Captar esta atención dispersa y frágil se convierte para los docentes en una tarea compleja, que nos impone el desafío de adaptar nuestras estrategias de enseñanza, no para competir con los medios, sino para ofrecer los conocimientos de un modo atractivo, en la medida de nuestras posibilidades y de acuerdo con las características del tema abordado. También implica para nuestros alumnos el desafío de desinstalarse de una posición consumista y acrítica respecto de los contenidos a los que acceden. Es entonces el **rol mediador del docente** el que permite pasar de la información al conocimiento, para dotar a este proceso de una dimensión pedagógica que podemos generar desde las aulas.

Bibliografía citada

Jenkins, Henry, *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, (Barcelona), Paidós, 2008. 2006.

Lévy, Pierre, *Sobre la cibercultura*, Revista de Occidente N° 206, (Madrid), Fundación Ortega y Gasset, pp. 13-31, Junio de 1998.

* Artículo publicado en Prisma Sindical, publicación periódica del Sindicato Argentino de Docentes Privados (SADOP) Seccional Capital, Año 3, N° 16, Mayo de 2010, pág. 12.