

2/5

CULTURA CONVERGENTE
Y PARTICIPATIVA: ESTRATEGIAS
DE PRODUCCIÓN
Y CIRCULACIÓN EN MEDIOS
DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN
E INTERVENCIÓN
CIUDADANA

Directora

Mónica María Viada

Codirectora

Marta Beatriz Pereyra

Equipo

Mirta Clara Echevarría, Ana Evangelina Quiroga, Gonzalo Prudkin, Virginia Digón, Patricia Cravero Bailetti, Pedro Garello, Estefanía Pozzo, María Carolina Obeid, María Evangelina Giro, Fanny Lidia Marco-netto, Alan Porcel, Florencia Biey, Guadalupe Escudero, Jorgelina Quinteros.

Introducción

La Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICoD) planteó hace ya algunos años que

“no existen más medios de comunicación no-digitales: todos los profesionales de la comunicación trabajan inmersos en un ambiente de fuerte contenido tecnológico que permea sus rutinas productivas, más allá del producto final (diario impreso, radio, portal informativo, televisión, etc.)”.

Nosotros extendemos esta concepción a otros ámbitos de la comunicación como la educación, la salud, los organismos gubernamentales, las empresas, etc. Parafraseando a la Red, en la actualidad casi no hay actividad que no esté atravesada fuertemente por lo digital. Por ello, el objeto de investigación que nos motiva es amplio y heterogéneo: la comunicación digital en sus distintas manifestaciones, aunque en este proyecto hacemos foco en la cultura convergente y participativa que posibilitan los dispositivos y herramientas virtuales aplicados a tres ámbitos: el periodismo, la educación y la intervención ciudadana a través de las redes sociales. El objetivo final de las indagaciones y hallazgos es realizar aportes a la formación de comunicadores sociales de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

Exploramos distintas dimensiones de la convergencia, sus implicancias y apropiaciones novedosas en las áreas mencionadas. Una de las dificultades encontradas deviene del hecho de que se trata de un objeto en permanente construcción: continuamente surgen nuevas herramientas y aplicaciones a la par que otras caen en desuso con la misma rapidez. Empleamos metodologías convergentes (análisis de contenido, análisis discursivo, entrevistas, tipologías y sus casilleros) promoviendo la especialización de cada miembro del equipo orientada a compartir y complementar resultados. Tanto el desarrollo como las conclusiones contribuyen a prever un plan de estudios para la formación de comunicadores sociales en nuevos roles profesionales. Ello se concreta a través de la producción de materiales teóricos y prácticos y su transferencia en el nivel superior y en el medio, en cursos y talleres de extensión y en la divulgación en congresos nacionales e internacionales.

Un esbozo contextual, teórico y metodológico

La cultura contemporánea es origen y medio de un ambiente instituyente de “un nuevo tipo de realidad”, directamente asociada a los novedosos mecanismos de producción de sentido, en los cuales nada escaparía a sus operaciones de inteligibilidad

(Neto:2006;3). La comunicación ha ganado soportes y modificado las formas en que las personas producen, buscan y hacen circular contenidos (sean profesionales o ciudadanos usuarios de lo digital). Desde el equipamiento, como teléfonos inteligentes o drones, pasando por plataformas y aplicaciones hasta redes sociales, blogs, chats, wikis, foros, repositorios multimedia (fuentes 2.0) se aportan voces al debate público utilizando herramientas colaborativas; voces no profesionales (prosumidores, produusuarios, lectores) manejan información instantánea por su eventual cercanía a ciertos sucesos y su decisión de compartirlos -de fuentes confiables o no-. Sin embargo, esa intervención no legitima la tarea (ésta no es producción de un comunicador). Los medios de comunicación siguen ocupando el principal lugar de visibilidad y producción de sentidos noticiosos a través de los profesionales de la comunicación. Estas variaciones, a caballo de dispositivos tecnológicos en que convergen lenguajes y sus estrategias, producen efectos sobre las relaciones de poder y el intercambio de informaciones.

Por otro lado, se encuentra el amplio campo educativo (en sus niveles secundario y superior) como objeto de estudio y como meta para la transferencia de resultados. En este sentido, el planteo es cómo aprovechar las herramientas tecnológicas (en el amplio sentido del término que incluye dispositivos, plataformas y softwares) para estimular una apropiación significativa de los recursos y conocimientos disponibles. Para ello,

se requiere primero de la alfabetización y actualización docente para luego transferir al aula propuestas creativas e innovadoras. Para la formación de comunicadores sociales (la mayoría de los integrantes del equipo lo son), y de ciudadanos críticos, los cambios significan un desafío a educar estimulando competencias y habilidades (instrumentales, cognitivo-intelectuales, socioculturales, axiológicas, emocionales). El reto es alfabetizar para comunicar con legitimidad. Ser alfabeto hoy significa poseer identidad digital como ciudadano autónomo, culto, con valores democráticos en un aprendizaje continuo en contextos con las TIC (Área y Pessoa: 2012) y, más aún, poseer competencia mediática (más allá de la competencia digital). De allí la importancia de observar, registrar, analizar e interpretar esta cultura convergente y participativa acompañando la formación profesional para este proceso de interés social y su articulación con las contribuciones de la audiencia.

Entendemos por convergencia, junto con Salaverría y García Avilés (Salaverría: 2008) no solo al proceso en el cual se articulan y concentran dispositivos y soportes sino también estructuras de producción, labores profesionales y lenguajes; tales fenómenos, sostienen estos autores, no serían posibles sin la previa convergencia tecnológica.

La participación ciudadana también es consecuencia de esas convergencias. El uso de tecnologías de la información y la comunicación realizada por todos los sectores sociales ha provocado cambios profundos

en la producción y circulación de la información y una ruptura con los modelos convencionales articulados alrededor de empresas mediáticas de prensa, radio y televisión. La descentralización de los sistemas de producción supone una pérdida parcial del comando de las cadenas de información de parte de los periodistas y significa la inserción de los usuarios del sistema como productores de contenidos (Machado: 2007: 34). Actualmente, la audiencia maneja la producción de contenidos –en una amateurización masiva- y controla la circulación y los algoritmos; en consecuencia el negocio de los medios cambia radicalmente (Mancini: 2011; 19). Entonces, los efectos de esta audiencia transformada afectan la profesión periodística y la rentabilidad de las compañías de medios. “La industria de los medios debe negociar su futuro con la audiencia” (Op.cit.:20), concluye Mancini.

Con metodologías que también son convergentes, investigamos estrategias discursivas plasmadas en dispositivos tecnológicos que dejan sus huellas en publicaciones en línea y establecemos las variables emergentes en la comunicación digital dentro de los ámbitos de la educación, el periodismo profesional y las redes sociales. Asimismo, consultamos posturas y opiniones de los involucrados (en producción y consumo) sobre la inclusión de tales dispositivos. El fuerte protagonismo de las audiencias inserta una marca en la cultura contemporánea y obliga a repensar el enfoque adoptado en los ámbitos elegidos. Observación, registro, análisis,

descripción y evaluación de calidad y vigencia de los dispositivos tecnológicos permiten establecer ciertas características de una cultura convergente y participativa en constante evolución.

Resultados

Los logros del equipo se evidencian en distintos aspectos:

-A portes a la reforma curricular de la carrera Licenciatura en Comunicación Social. El actual plan de estudios data de 1993, por lo que todo lo vinculado con las tecnologías aplicadas al campo del periodismo y a la comunicación resulta un nicho vacante en la propuesta curricular, cubierta sólo parcialmente con algunos seminarios o con la incorporación de ciertos contenidos en algunas asignaturas. En este sentido, el equipo investiga la temática digital, rastrea la postura (o contenidos) en planes de estudios de otras carreras afines y realiza propuestas concretas para la reforma curricular de la carrera.

-Transferencia de los resultados de las indagaciones en el grado (incorporación de contenidos en asignaturas en que se desempeñan algunos de los integrantes), en la docencia de nivel medio (ocupación de varios de los miembros del equipo), en proyectos institucionales de apoyo a la culminación de la carrera, en cursos de extensión, en congresos y otros eventos científicos y aca-

démicos.

-Producción de materiales teóricos y prácticos en las asignaturas en las que se desempeñan los integrantes del equipo, como así también producción de un libro en el que se recopila lo investigado y sus resultados.

- Formación de recursos humanos: de investigadores en formación, de aspirantes a adscriptos y ayudantes alumnos, de becarios y de tesisistas.

Para cerrar, pensar y repensar

En “Hackear el periodismo” (Mancini: 2011) retoma la metáfora del hacker Eric Raymond sobre “la catedral y el bazar”, aplicada a la defensa del software libre. Mancini toma la figura para contraponer las lógicas de los medios masivos tradicionales con la de los medios digitales.

“Las catedrales son rígidas y los bazares flexibles. Las catedrales son lugares especiales. Los bazares, lugares corrientes, de paso, de uso cotidiano. Las catedrales se remodelan cada muchísimos años (...) y los bazares son modulares, cambian todo el tiempo, se organizan y reorganizan. Las catedrales “venden” siempre lo mismo. Operan por repetición y su narrativa es impermeable a los contextos históricos. Los bazares redise-

ñan su oferta permanentemente. Las catedrales son generalistas: ofrecen un producto, un discurso, para muchas personas. Los bazares son agregadores: tienen muchos productos, para muchas personas. Las catedrales son broadcast y los bazares son broadband. Las catedrales siempre estuvieron y estarán en el mismo lugar. Los bazares se mudan y remodelan” (Mancini:2011,p.89-90).

El sistema educativo en general, y nuestra currícula en particular, se parecen mucho a las catedrales. Seguramente la primera crítica puede argumentar que, frente a la inestabilidad y cambios constantes del momento histórico que atravesamos, las organizaciones educativas son como el ancla que evita que nos subamos a cualquier ola y terminemos naufragando. En parte puede ser cierto, pero con este argumento, en muchas carreras de comunicación seguimos enseñando como si viviéramos en la era pre-Internet. No se trata de adoptar una postura tecnofílica ni tecnofóbica sino de asumir la realidad que nos atraviesa, cualquiera sea el área de la comunicación a la que nos dediquemos.

En este sentido, un punto de partida posible desde dónde pensar la comunicación nos lo propone Jesús Martín Barbero:

“Es el lugar mismo de la cultura en la sociedad el que cambia cuando la mediación tecnológica de la comuni-

cación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural. Pues la tecnología remite hoy no sólo y no tanto a la novedad de los aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras”. (Martín Barbero:2007).

Podemos intentar, entonces, empezar a mirar desde un lugar diferente. O capaz, mejor, desde lugares diferentes.

Bibliografía

ÁREA, Manuel y PESSOA, Teresa (2012). “De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0”. En: Revista Comunicar. N° 38. En <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-01>

MANCINI, Pablo (2011). Hackear el periodismo:Manual de Laboratorio. La Crujía. Buenos Aires.

MACHADO, Elias (2003). O ciberespaço como fonte para os jornalistas. Editorial Calandra. Salvador de Bahía.

MARTÍN BARBERO, Jesús (2007). Diversidad cultural y convergencia digital. Ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Diversidad Cultural, organizado por el Ministerio de Cultura de Brasil. Disponible en <<http://departamento.us.es/dperiodismo1/?q=node>> recuperado el 15 de julio de 2015.

RED IBEROAMERICANA DE COMU-

NICACIÓN DIGITAL proyecto “Comunicadores digitales”. Carlos Scolari (coord.). Disponible en http://www.icod.ubi.pt/es/es_proyecto_presentacion.html

SALAVERRÍA Y GARCÍA AVILÉS (2008). “Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa”. En: I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación, Santiago de Compostela, 2008.