

En los últimos años el término *convergencia* ha pasado de ser una palabra de la jerga especializada de los académicos para convertirse en un concepto ampliamente extendido por los múltiples contextos de las comunicaciones, la tecnología y la vida social en general.

Pero si bien “La Convergencia” se ha posicionado como concepto en el imaginario global, es importante identificar que ya no se trata solamente de un fenómeno particular en el campo tecnológico, sino de un cúmulo de procesos comunicacionales que ha dado lugar a un amplio universo de manifestaciones y la denominada *transformación digital*.

¿Por qué existen múltiples convergencias? (*)

Gabriel E. Levy B. (**)

Convergencia es tal vez uno de los conceptos más utilizados en el contexto de las comunicaciones. Incluso para algunos analistas es el mayor cambio social y cultural que, desde la perspectiva comunicativa, el mundo contemporáneo ha experimentado en este siglo XXI [1].

(*) Fuente del artículo: <https://andinalink.com/entendiendo-la-convergencia-2020/> publicado el 30/06/2020 (recuperado el 10/08/2020)

(**) Comunicador Social Periodista de la Universidad de Antioquia - Colombia, con especialización en Multimedia y finalizando estudios de Doctorado en Comunicación, de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Director Ejecutivo de la oficina de la Presidencia de la Plataforma de Reguladores del sector Audiovisual de Iberoamérica: PRAI a través de la Autoridad Nacional de Televisión de Colombia entre el año 2014 y el año 2018.

Asesor - Consultor en Comunicación Digital y TIC del gobierno de Colombia, actualmente a través de la Autoridad Nacional de Televisión ANTV y anteriormente a través de diversos convenios interinstitucionales con las extintas Comisión Nacional de Televisión y Ministerio de Comunicaciones. Investigador en el área de Ciencias Humanas y comunicación, en los temas de Tecnologías de la Información y Comunicación, a través de la Universidad de Antioquia y el grupo de excelencia académica ARTICA (Alianza Regional de TIC).

Ha sido asesor del gobierno de Paraguay a través de la Secretaría de Información y Comunicación para el desarrollo SICOM con funciones ministeriales de la Presidencia de la República y en Costa Rica a través de la Cámara Nacional de Radio y Televisión: CANARTEL. Asesor - Consultor en Comunicación Digital y TIC en el sector privado y empresarial en Colombia, Panamá, Paraguay y Argentina.

Docente Universitario en el área de comunicaciones y telecomunicaciones, especializado en Televisión Digital, Hipermedia, Multimedia, Convergencia, Comunicación Digital y TIC, en las Universidades de Antioquia, Tolima, Eafit y Externado. Conferencista en diversos eventos en Colombia, Costa Rica, Honduras, Guatemala, Bolivia, Paraguay, Argentina, Panamá y Chile.

Coordinador Académico de la feria de Telecomunicaciones más importante de la región Andina y Centro América: ANDINALINK. Trayectoria como directivo con cargos Gerenciales en diversas empresas del sector Telecomunicaciones en Colombia.

galevy@galevy.com | www.galevy.com

Mediante la conjunción de servicios, medios y tecnologías, que van desde el computador personal hasta Internet y desde los sitios web hasta los teléfonos inteligentes, la convergencia ha transformado nuestra forma de vida, haciendo que el mundo parezca cada vez más pequeño y alcanzable.

A medida que la convergencia se expande globalmente, ha sobrepasado el terreno tecnológico hasta colonizar el amplio espectro del universo de las comunicaciones.

Es aquí donde, teniendo en cuenta la diversidad de campos de estudio en esta disciplina social, es necesario precisar que referirse a una sola convergencia es insuficiente y por demás impreciso, y se hace necesario reconocer que no solamente existe una convergencia, sino múltiples convergencias, como analizaremos a continuación.

Convergencia Tecnológica

Es el punto de partida de la convergencia. Su origen se remonta a la génesis de la computadora, un dispositivo que rompió con la diferenciación y dependencia histórica existente entre el *dispositivo receptor*, *el servicio* y *los contenidos*. En otras palabras, las llamadas telefónicas se efectuaban entre dispositivos telefónicos, la radio se escuchaba en un aparato radio receptor, la televisión se sintonizaba exclusivamente en un televisor y la prensa solo podía ser leída en el papel periódico y los libros en los textos impresos.

En la segunda mitad del siglo pasado, la aparición de las tecnologías de almacenamiento, permitieron la diversificación de dispositivos para el audio y el video. De esta forma era posible grabar en discos, casetes y cintas, que podían reproducirse más fácilmente en audiograbadoras y videograbadoras. No obstante, seguía existiendo una relación directa entre el dispositivo, el servicio y el contenido.

Con la llegada y el desarrollo de la computadora personal en los años 70 y 80, ocurrió un nuevo fenómeno: la integración de todos los servicios comunicacionales mencionados en un solo dispositivo. Por primera vez un solo aparato permitió oír radio, leer prensa, ver televisión, hacer llamadas telefónicas, escuchar música, ver fotos e imprimir documentos.

Así nació el fenómeno de la convergencia en su aspecto cotidiano, que como su nombre lo indica, se refiere a la integración de servicios y contenidos disponibles para ser consumidos en mismo dispositivo tecnológico, rompiendo la dependencia histórica entre aparatos y servicios.

Este fenómeno estuvo desde el inicio articulado a un aspecto industrial en el que las compañías tecnológicas comenzaron a integrar en sus productos partes generadas por distintas empresas.

Con el paso de los años, la convergencia tecnológica no se limitó a un solo dispositivo, sino que, por el contrario, muchos dispositivos se digitalizaron (*convirtiéndose literalmente en pequeñas computadoras*) y comenzaron a prestar múltiples servicios para múltiples contenidos, un sub fenómeno denominado *divergencia dentro de la convergencia*[2].

El académico *Milton Muller*, en el libro *Telecom Policy and Digital Convergence*[3], definió la convergencia tecnológica como

“La toma de todas las tecnologías comunicativas a través de un único dispositivo: el computador”[4]

Como consecuencia de este fenómeno en sentido práctico todos los dispositivos comunicacionales que utilizamos en nuestra vida cotidiana son computadoras convergentes, que permiten el consumo de múltiples servicios y contenidos, incluyendo los denominados *smartphones*, *smarTV*, *smartwatches* y tabletas, entre otros.

La Convergencia Social y Cultural

Propuesta por el profesor estadounidense *Henry Jenkins*[5], la *convergencia social y cultural*[6], se deriva de un fenómeno investigado por este prestigioso académico de la *Universidad del Sur de California*, denominado la ***cultura participativa***[7].

Este paradigma propone la disolución de la verticalidad en las relaciones de los consumidores con los medios, en las que los espectadores pasan a ser sujetos activos que dialogan con el contenido mediante múltiples formas de interacción.

Estas audiencias fueron denominadas cocreativas y agrupadas bajo el concepto de ***fandom***, (domino de los *fans* o aficionados) que se sintoniza armónicamente con el de ***prosumidores*** planteado por el autor *Alvin Toffler* décadas atrás en su libro ***La Tercera Ola***[8].

Los fans son sujetos que de manera activa intervienen en la cocreación de los contenidos y permiten que estos se expandan, razón por la cual emerge una nueva dinámica cultural que produce ese tipo de **Convergencia Social y Cultural**.

“La convergencia cultural representa un cambio de paradigma: El paso de los contenidos específicos de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos, a la creciente independencia de los sistemas de comunicación, a los múltiples modos de acceder a los contenidos mediáticos, y a las relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba hacia abajo y la cultura participativa de abajo hacia arriba desencadenando el fenómeno mismo de la convergencia.”
Henry Jenkins[9]

Convergencia de Medios de comunicación

De la convergencia tecnológica y cultural, surge un tercer tipo de convergencia: *la de los medios de comunicación*, resultado de la disolución de las limitaciones asociadas al dispositivo sobre el cual se erigieron dichos medios. Al derribarse las fronteras tecnológicas, se permite un alcance comunicativo mucho más efectivo, globalizado y multimedial.

En términos simples, si la prensa no tiene la barrera del papel, al migrar a Internet y las computadoras como plataforma puede incorporar el audio y video, convirtiéndose en un medio convergente (algo imposible de lograr antes de llegada

de la computadora). Lo mismo ocurre con los medios audiovisuales que, al incorporar el texto a sus contenidos, terminan siendo convergentes.

Hace cincuenta años en la posibilidad de ver un video en un periódico, leer un texto en la radio o escuchar un audio en un libro era un asunto de ciencia ficción, toda vez que las características tecnológicas del dispositivo lo hacían imposible.

Hoy en día por el contrario resulta bastante anticuado definir un medio que opera sobre Internet por sus características tecnológicas, pues asumimos la convergencia como algo implícito en la naturaleza propia de los medios contemporáneos, sin importar si migraron o son nativos de la era digital.

Lo interesante de este fenómeno es que muchos medios que migraron hacia la convergencia en Internet siguen manteniendo su arquitectura en plataformas tradicionales, como le ocurre a muchos periódicos, que siguen circulando en forma tradicional en papel y de manera convergente en Internet.

Una de las autoras que más ha reflexionado sobre este fenómeno es la académica Española *Saura Osuna Acedo*, quien en su libro *Convergencia de Medios* analiza el impacto de este fenómeno en la comunicación de masas[10].

Convergencia de Contenidos

Si la tecnología converge, junto con la cultura y los medios, sería imposible que este fenómeno no se trasladara a los contenidos, que también nacieron en virtud de las características tecnológicas de los dispositivos para los cuales fueron creados.

Es así como se configuraron la narrativa audiovisual, la radiofónica y la textual, conceptos que, si bien siguen siendo vigentes, han evolucionado hacia una narrativa hipertexto cuya estrategia integradora es el concepto de la *narración transmedia*.

Este término fue acuñado por la autora estadounidense *Marsha Kinder*[11] para denominar los contenidos que fluyen por múltiples plataformas de manera articulada, a través de un universo de relatos que constituyen en su conjunto una franquicia, conocida como *Franquicia Transmedia*.

Estos contenidos reciben los apelativos de *Contenidos Líquidos*, *Contenidos Expansivos* y *Contenidos Multiplataforma* pues, a diferencia de los contenidos creados para medios tradicionales, poseen la capacidad de circular articuladamente en múltiples pantallas y plataformas[12].

Otra manifestación de la convergencia de contenidos es la disolución de sus fronteras, fenómeno ejemplificado por los denominados *memes*, que son el resultado de la convergencia entre fotos y textos o los "*GIFS*", que son la convergencia de los textos y videos.

Convergencia de Redes de Telecomunicaciones

Una característica de la emergencia y consolidación de los medios de comunicación y las tecnologías de comunicación en general es que desarrollaron sus propias redes, ya fueran alámbricas o inalámbricas.

Así, con uso o no del espectro público radioeléctrico, cada medio y servicio utilizaba un tipo de red: la radio por ejemplo se consolidó a través de las redes de frecuencias en *AM* y *FM*, mientras la televisión abierta lo hizo por *VHF* y *UHF*; por su parte la televisión por suscripción lo hizo a través del *cable coaxial* y la telefonía con el *cable de cobre*.

La llegada de Internet supuso la integración de todos los servicios en una sola red, la gran red mundial de computadoras, por donde viajan el audio, el video, las llamadas telefónicas, las emisoras de radio, y prácticamente todas las comunicaciones humanas, generando una convergencia que el analista brasileño *Marcio Wohlers* definió como *Convergencia de Redes* [13]

Al igual que como ocurre con otras convergencias, sigue existiendo la paradoja de la convivencia con las tecnologías pasadas, pues mientras todos los servicios y contenidos convergentes pueden viajar a través de la única red mundial de computadoras, de forma paralela siguen existiendo las otras redes antes mencionadas.

Las otras convergencias

En la medida en que la convergencia tecnológica derivada de la evolución del *computador e Internet* ha impactado prácticamente en todos los aspectos de la vida humana, propiciando la *transformación digital*, muchos fenómenos paralelos de convergencia han emergido en otras disciplinas del conocimiento, como por ejemplo la *Convergencia Industrial* y la *Convergencia de Servicios*, estudiados desde las ciencias económicas, pero cuyo impacto se extiende a otros terrenos como el comunicativo, que alteró los modelos de negocios de los contenidos, mediante, por ejemplo, de la denominada *Convergencia de los Mercados de Contenidos* o la *Convergencia de los Servicios de Telecomunicaciones*, representadas por el *Triple Play* que, que en un mismo paquete, red y factura ofrece integrados todos los servicios de comunicaciones.

En conclusión, la convergencia es un fenómeno comunicativo que ha potenciado significativamente la forma en que los humanos utilizamos las tecnologías de información y comunicación, propiciando una transformación digital de *la sociedad, la cultura, la economía, la política* y prácticamente todos los aspectos de la vida cotidiana.

Si bien su origen se remonta a la *convergencia tecnológica* derivada de la computarización de los dispositivos y la consolidación de una gran red global de computadoras llamada Internet, a medida que las comunicaciones han continuado con su curso evolutivo, paralelamente han emergido nuevas formas de convergencia, tales como: *la convergencia social y cultural, la convergencia de medios, la convergencia de contenidos, la convergencia de redes y la convergencia de servicios*, dimensionando una sociedad digital mucho más comunicada, conectada e interactiva.

Fuentes de Consulta Bibliográfica:

- [1] Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, Henry Jenkins. NYU Press, 2006. ISBN 814743072, 9780814743072. 308 páginas
- [2] Ponencia del Ingeniero Juan Ramón García Bish durante la feria Andinalink Costa Rica 2018
- [3] Telecom Policy and Digital Convergence, Milton L. Mueller, Editor, 1997 ISBN 9629370085, 169 páginas
- [4] Telecom Policy and Digital Convergence, Milton L. Mueller, Editor, 1997 ISBN 9629370085, 169 páginas
- [5] Sitio web de Henry Jenkins
- [6] Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación / Paidós comunicación. Henry Jenkins. Grupo Planeta (GBS), 2008 ISBN 8449321530 – 301 páginas
- [7] Enlace al libro Cultura Participativa de Henry Jenkins en Archivo de Internet
- [8] The third wave. Alvin Toffler. Bantam Books, 1989. Universidad de Michigan ISBN 0553246984, 537 páginas
- [9] Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación / Paidós comunicación. Henry Jenkins. Grupo Planeta (GBS), 2008 ISBN 8449321530 – 301 páginas
- [10] Convergencia de medios – La integración tecnológica en la era digital – Carlos Busón – Sara Osuna Acedo Sociedad del conocimiento, 1 Comunicación y nuevas tecnologías ISBN: 978-84-7426-958 – 2008 – 160p
- [11] Libro: Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles, Marsha Kinder, University of California Press, 1991, ISBN 0520912438, 277 páginas
- [12] Libro: Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles, Marsha Kinder, University of California Press, 1991, ISBN 0520912438, 277 páginas
- [13] Paper académico sobre las convergencias publicado por el académico Brasileiro Marcio Wohlers