

# La convergencia consciente

JOSÉ LUIS FERNÁNDEZ

7

La vida de los medios creció con sueños paralelos: así como el periodismo, la ficción y la publicidad generaron especializaciones e incumbencias diferenciadas, así también la gráfica, el cine, la radio y la televisión crearon mundos supuestamente estancos. Transposiciones, versionados, citas fueron algunos de los campos de interacción entre medios.

Ese modo de entender los intercambios mediáticos es hoy imposible. Más allá de las fuerzas de la inercia académica y profesional, el uso cotidiano de soportes complejos como las PCs, las *notebooks* y los *smartphones* nos facilitan —nos obligan— a interacciones entre medios, tipos discursivos y prácticas diferentes de intercambio discursivo.

La convergencia está entre nosotros y puede valorarse de diversas maneras. Desde el punto de vista del soporte tecnológico que utilizamos, a través de *un* dispositivo accedemos a *todo* (o a casi todo) discurso mediático y a *toda* posibilidad de interacción. En el primer sentido se trata de una cuestión de comodidad, en el segundo se trata de cambios en las prácticas de interacción.

Es verdad, ahora es más fácil capturar sonidos, letras, fragmentos audiovisuales y, además, editarlos. Y no sólo eso. Los resultados de esas ediciones, muchos de ellos textos complejos que articulan la producción propia con fenómenos discursivos distantes espacial y/o temporalmente, pueden ser *emitidos* a un público más o menos indeterminado. Es verdad, todavía es dificultoso que alcancen el estatuto de masivos, salvo cuando son recogidos por medios o discursos que ya tienen esa característica previamente (un testimonio o un *videíto* recogido y emitido por una radio AM o un canal abierto de TV). Pero el camino convergente está en marcha y, más allá del éxito definitivo que alcance, veremos consecuencias de su desenvolvimiento por bastante tiempo. Y muchas de ellas difíciles de imaginar todavía.

Entre esas consecuencias que pueden entrecruzarse, deberíamos prestar atención a dos que tienen un interés específico y que, sin embargo, son parcialmente contradictorias entre sí.

En primer lugar, la convergencia, que pone en evidencia nuevos fenómenos radiofónicos, fonográficos y telefónicos, no consigue poner en evidencia todavía la importancia diferenciada de los medios de sonido. A pesar de que la radio es el único medio de los considerados *viejos* que crece sin modificar demasiado todavía sus formatos, a pesar de que gracias a la telefonía móvil, se habla por teléfono ahora más que nunca y también a pesar de que ahora más que nunca se escucha música sin imagen, la gran preocupación social y teórica se la llevan la presencia de los portales audiovisuales de la radio en Internet, los de videos musicales, pero no sólo musicales, como *Youtube* y la utilización escritural, vía SMS, de los teléfonos móviles o como cuarta pantalla.

De todos modos, esa ignorancia frente a un fenómeno que crece sin techo, sólo nos muestra que la agenda de la preocupación sobre los medios todavía no la fijan, y tal vez no lo hagan nunca, las ciencias sociales.

Pero, casi en el mismo movimiento en el que se produce ese mecanismo de repetición en la jerarquización social, tiende a ocupar un lugar en el centro de la escena, tal vez como nunca antes, la cuestión de la *especificidad*. Pero ahora lo hace sin los riesgos inmanentistas que ciertas semióticas o estéticas particulares tuvieron en el pasado. Es decir, no se trata de buscar esencias artísticas o de lenguaje dentro de los fenómenos de convergencia (aunque es inevitable que sigan apareciendo), sino que la propia precisión que requiere la producción de ambientes tan complejos como los que genera siempre la convergencia, obligan a volver a preguntarnos qué es la radio, qué la TV o el cine; que es lo que converge y qué lo que queda afuera.

9 Hoy, por ese camino, más práctico que teórico (que no quiere decir, en este caso, menos conceptualizador) es más fácil entender ese campo teórico, no muy puro epistemológicamente, pero que con insistencia viene observando que hay varios cines, varias mediatizaciones gráficas, varias radiofonía y varias televisiones. Otra vez, las riquezas de los dispositivos tecnológicos pueden ser reconocidas pero sin llevarse toda la carga discursiva y todas las prácticas sociales con las que se relacionan. Nada mediático hay fuera de los dispositivos técnicos, ningún medio es sólo los dispositivos técnicos que constituyen su soporte.

En ese espacio de complejidades mediáticas, en el que reconocimiento de sus diferencias forma parte de su comprensión, es más fácil también comprender la pervivencia de mediatizaciones que podríamos denominar como laterales, como las de las guías de turismo, las resonancias de *Gran Hermano* o los matices temáticos de la prensa policial. Letras, imágenes y sonidos que siguen construyendo mediáticamente la vida urbana y social.

