

TEMA 12. EL FENÓMENO “CROWD”.

P1. Convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva. Definición y características.

Por convergencia se entiende 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)

“Convergencia” es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que se refiere (Jenkins, 14)

La circulación de los contenidos mediáticos depende enormemente de la participación activa de los consumidores. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros (Jenkins, 2008: 15).

Inteligencia colectiva, término acuñado Pierre Lévy. Ninguno de nosotros puede saberlo todo. La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa del poder mediático (Jenkins, 2008: 15).

Creación colectiva de significados dentro de la cultura popular. Pool (1983) Technologies of freedom, primero en hablar de convergencia. Importancia del mundo de los fans para comprender el fenómeno (Imitación). La historia nos enseña que los viejos medios nunca mueren, y ni siquiera se desvanecen. Lo que muere son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios. Una vez que un medio se establece satisfaciendo alguna exigencia humana fundamental, continúa funcionando dentro de un sistema más vasto de opciones comunicativas (Jenkins, 2008: 24).

Distinción entre cambio mediático y cambio tecnológico. El hardware diverge mientras que el contenido converge. (Jenkins, 2008: 26). La narración transmidiática, entendida como el arte de crear mundos (Jenkins, 2008: 31).

P2. Teoría de las multitudes inteligentes o Smart Mobs. Di al menos dos ejemplos.

La teoría de las “multitudes inteligentes” o Smart Mobs, defiende el poder que entraña en la actualidad el hecho de que miles de personas puedan ponerse de acuerdo en cuestiones concretas para realizar acciones sin conocerse de nada, simplemente coordinándose a través de estas tecnologías. (Rheingold, 2004)

Aquí se exponen tres ejemplos:

Los mensajes de texto que se enviaron en las Filipinas, que se cree que son en parte responsables de la manifestación que derrocó al ex presidente Joseph Estrada.

11 de marzo de 2004 en Madrid el atentado terrorista (11M), y la reacción de la gente en contra del gobierno en las elecciones del 14 de marzo de 2004.:

Los disturbios civiles en Francia, en 2005, donde el portavoz de la policía nacional francesa, Patrick Hamon, comentaba para el Wall Street Journal que los jóvenes, sobre todo los musulmanes, se comunicaban por mensajes de texto, blogs y correo electrónico desde sus teléfonos móviles para organizar reuniones y se alertaban entre sí sobre las operaciones policiales.

Otros muchos ejemplos se pueden encontrar en el libro de este autor “Smart Mobs: The Next Social Revolution”.

Howard Rheingold:

Uno de los autores y divulgadores que más ha contribuido a caracterizar el concepto de multitud (crowd) y sus fenómenos asociados con la popularización de las infotecnologías en la red, especialmente los móviles, es Howard Rheingold, escritor y profesor de la Universidad en Stanford. Rheingold habla por primera vez del concepto de “multitudes inteligentes” (Smart Mobs) en 2004 en su libro homónimo, que en España se publicaba bajo el título “Multitudes Inteligentes: La próxima revolución social”. Este nuevo concepto nos acerca a una nueva forma de estructura social que amplifica el talento humano gracias a las tecnologías de la comunicación.

P3. ¿Qué es el crowdmapping?

Crowdmapping: se utiliza la capacidad de la “multitud” para generar información geoposicionada, elaborada sobre el terreno, para gestionar situaciones o acontecimientos que requieran de ese tipo de “inteligencia” para asociar la información de localización con otro tipo de recursos.

También Google Map Maker y Ushahidi, ya que se muestran como herramientas que permiten hacer crowdmapping.