

# Capítulo I

## Educación transmedia: hacia una pedagogía polifónica

Carlos Scolari

Empezaré hablando de lo que está pasando en la ecología de los medios, un tema que estoy investigando desde hace varios años y, después de hacer una rápida referencia al tema de la narrativa transmedia, entraremos en el mundo de la educación ya que el objetivo de esta presentación es reflexionar sobre cómo podemos aprovechar los cambios que se están dando en el sistema de medios desde la perspectiva del sistema educativo. Considero que muchos de esos cambios pueden servir para renovar y actualizar las prácticas de enseñanza y aprendizaje.

Si nos preguntamos qué pasa con los medios, podríamos decir que nosotros teníamos un ecosistema de medios basado en el paradigma de broadcasting. Podría decirse que este modelo comenzó con la imprenta de Gutenberg pero se consolidó en el siglo XIX cuando la imprenta se juntó con la máquina de vapor y la escuela pública, que formaba ciudadanos alfabetizados. A comienzos del siglo XX se suma el cine; en 1920 aparece la radio; en los años 50 comienza a difundirse la televisión dando lugar al gran siglo del broadcasting. Es probable que cuando se escriba la historia del siglo XX, una de sus marcas sea un modelo de comunicación de “uno a muchos” donde hay un polo emisor. Todos hemos estudiado los modelos de Lasswell y de Shannon<sup>[1]</sup>, esos modelos donde la comunicación se representaba como una flecha de un lado a otro. El negocio del broadcasting consistía en tener mucha gente consumiendo lo mismo, sobre todo al mismo tiempo, tal como sucede en la radio o la televisión. Más gente miraba o escuchaba lo mismo, más valía el segundo de publicidad.

En el siglo XX, la ecología de los medios se reducía a un puñado de medios o experiencias de comunicación: estaba la prensa, la radio,



el cine y la televisión. Cuando llegó la radio introdujo un elemento interesante porque, seguramente, los productores cinematográficos no habrán visto con buenos ojos la presencia de ese new media. Por entonces, la gente iba varias veces por semana al cine. La llegada de la radio, una especie de tótem familiar, hizo que la gente dejara de ir tanto al cine para quedarse en casa escuchando la radio. Si han visto la película “Días de radio” de Woody Allen recordarán que pinta muy bien esa época pre-televisiva. Después, el lugar que la radio ocupaba en el medio del living o la cocina, fue ocupado por la televisión, y la radio tuvo que adaptarse para sobrevivir. Parecía que la televisión iba a terminar con el cine... ¿Quién iba a ir al cine a ver una película cuando podía verla en su casa? Pero el cine también se adaptó e incluso llegó a establecer una buena convivencia con la televisión, haciendo buenos negocios.

En ese ecosistema fundado en el broadcasting nos formamos unas cuantas generaciones. Como decía McLuhan, los medios modelan nuestra forma de pensar y de percibir. No es lo mismo una generación que creció con la televisión (como la mía) que una generación anterior que creció con la radio, u otra generación que se formó exclusivamente en la cultura del libro. Una generación que crece con la Wikipedia, Google y YouTube no piensa ni percibe igual que las generaciones precedentes. Las diferentes tecnologías de la comunicación nos van modelando, esto era uno de los principios de la ecología de medios según McLuhan.

El ecosistema de medios entró en una fase de desequilibrio por la aparición de nuevas “especies mediáticas”, desde las redes sociales hasta los dispositivos móviles. El paradigma del broadcasting comenzó a romperse por la aparición de nuevas formas de comunicación basadas en la lógica de “muchos a muchos” (many to many). Estos desequilibrios generan varias preguntas: ¿se acaban los medios masivos? ¿se muere la televisión? ¿se extinguirán los diarios?

En la segunda edición del libro que, en 2009, editamos con Mario Carlón, “El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate”, un grupo de investigadores de varios países reflexiona, precisamente, sobre la crisis de los medios tradicionales y sus posibilidades de supervivencia. La mayoría de los autores coincide en que no desaparecerán

los medios masivos pero está claro que el broadcasting pierde espacio a favor de los medios many to many. Cada vez se ve menos televisión en broadcasting y los contenidos audiovisuales, las series, las películas, las consumimos en otras plataformas, cuando nosotros queremos y no cuando el programador dice que llegó la hora de verla.

La llegada de la web en los años 90 cambió de manera profunda el ecosistema de medios. En cierto momento algunos pensaban que la web era un medio más... Pero la web y las redes digitales no son un medio más: están teniendo efectos disruptivos en todos los ámbitos de la vida. No hay ningún ámbito de la sociedad, ni de la economía, la política, la educación o las finanzas, que las redes no hayan modificado. La televisión fue un medio muy disruptivo; por ejemplo cambió la vida cotidiana, los ritmos de la sociedad, y cambió la política desde el momento en que se emitió el primer debate entre Kennedy y Nixon en el año 1960. Sin embargo, hubo muchos ámbitos —como el mundo de la producción— donde la televisión no cambió nada. Esa tecnología no fue disruptiva en esos ámbitos. Por el contrario, las redes digitales están cambiando todo. La web, además, debe ser considerada como un “metamedio” que genera de forma permanente nuevas formas de comunicación. La web es como una gran máquina de generar nuevas formas de comunicación y experiencias. Siempre se lo repito a mis alumnos: hoy es mucho más interesante ser un profesional en el mundo de la comunicación. Todo es mucho más rápido, más cambiante y complejo. Ser hoy un comunicador era como ser ingeniero en Birmingham en 1800. La profesión justa en el momento justo. En el 1800 los ingenieros estaban en el medio de la Revolución Industrial. Había que construir las vías, aumentar la velocidad de las máquinas de vapor, calcular la estructura de puentes y estaciones y experimentar nuevas aleaciones. Comunicadores, programadores, diseñadores son todas profesiones que se ubican en el centro de la Revolución Digital.

La explosión de nuevas formas y dispositivos de comunicación hace que nuestra dieta mediática haya cambiado. Esa dieta se ha fragmentado. Antes pasábamos mucho tiempo en pocos medios; ahora pasamos poco tiempo en muchos medios: consultamos el correo electrónico, comentamos algo en Facebook, escribimos un tweet, miramos un episodio de una serie en Netflix, respondemos a un Whatsapp,



buscamos un trailer en YouTube... y volvemos a consultar el correo. El consumo mediático se ha fragmentado. Pasamos muchas horas por día consumiendo y también generando información. Subimos fotos, twitteamos, comentamos, escribimos mucho... Creo que nunca en la historia de la humanidad se había leído y escrito tanto.

Y así, poco a poco, nos acercamos al tema que nos interesa: ¿Qué es una narrativa transmedia? Es una historia, un storytelling, donde el relato se cuenta un poco en cada medio. La historia integra diferentes textos y el consumidor puede entrar en ese mundo narrativo por cualquiera de estas puertas-textos. Las narrativas transmedia son relatos que se adaptan muy bien a esta fragmentada ecología de los medios. Este es el primer componente: la historia se cuenta en muchos medios, o sea, cada medio cuenta una parte del relato.

El otro componente está dado por la producción de los fans. Hoy se habla de “contenidos generados por los usuarios”. Por ejemplo en la web fanfiction.net hay más de 9.000 mil historias de Star Trek escritas por sus fans, por no hablar de los 700.000 relatos creados por los fans de Harry Potter. Las narrativas transmedia incluyen esta inmensa producción textual a cargo de los fans. A través de parodias, expansiones, relatos paralelos, cambios de final, entre otras cuestiones, los usuarios amplían el mundo narrativo oficial (el llamado canon), dando lugar a lo que se denomina fandom.

Dicho en pocas palabras: una narrativa transmedia es la suma del canon más el fandom. La relación entre estos dos mundos es compleja. Los fans necesitan del canon para construir sus relatos pero no están dispuestos a pagar derechos de autor; por otro lado, cuando la industria detecta algo potencialmente comercial, no duda en cooptar materiales producidos por los fans. Por ejemplo, Amazon, está vendiendo fanfiction. Hay situaciones híbridas, por ejemplo cuando un fan vende un relato ¿es canon o fandom? Las teorías de Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini nos pueden resultar de muchísima utilidad para comprender estas tensiones e hibridaciones. Martín Barbero<sup>[2]</sup> hablaba de los conflictos y complicidades entre la cultura de masas y las culturas populares; hoy debemos focalizarnos en los conflictos y complicidades entre la industria de los medios y las culturas colaborativas —esta es la línea de trabajo de Henry Jenkins (2008).

Hasta aquí hablé sobre los cambios en el mundo de la comunicación. Ahora me gustaría abordar las cuestiones educativas y ver qué relaciones se pueden establecer con lo comunicacional. La escuela que nosotros conocemos, esa institución pública destinada a formar ciudadanos y a brindar las competencias para vivir en la sociedad industrial, nació hace 300 años en Europa. Por entonces había que formar ciudadanos para los estados nacionales europeos garantizando una educación gratuita y obligatoria. Ambas revoluciones, la Francesa y la Industrial, terminaron de dar forma a estas instituciones educativas.

La Revolución Industrial hizo que la formación se oriente hacia las necesidades del capitalismo. Las instituciones educativas formaban obreros, técnicos, ingenieros y, no nos olvidemos, también incluían esa dimensión disciplinaria que tanto interesaba a Foucault. Los alumnos formaban fila para entrar a la escuela cuando sonaba la campana, de la misma manera que los obreros en la fábrica.

En este dispositivo de enseñanza-aprendizaje el libro aparece en un lugar central. Es el gran medio de transmisión del conocimiento. Es una educación centrada en el libro donde el maestro aparece como mediador entre el saber del libro y los chicos, los cuales no sabían nada. En ese contexto, el aula era como un broadcasting, un sistema one-to-many (uno a muchos). Cuando llegué a España y me reincorporé a la universidad en el año 2002 quedé muy sorprendido: los profesores “daban clase” (o sea, hablaban dos horas sin parar) y los alumnos tomaban apuntes en silencio. Cuando comencé a hacer cosas diferentes algunos alumnos me cuestionaron: “usted tiene que hablar, dar clase, nosotros tomamos apuntes y después nos hace un examen”. Ese era el modelo hegemónico. Por suerte esto está cambiando gracias a los procesos de unificación europea. Cada vez más los alumnos trabajan en grupos, por proyectos, y las clases se vuelven más polifónicas. Podríamos decir que teníamos una educación monomediática centrada en el libro impreso.

La escuela siempre fue refractaria a las “nuevas tecnologías”. Cuando las instituciones incorporan una tecnología es porque la han pasteurizado y neutralizado. El ejemplo de la televisión viene al caso. La escuela, durante años, negó a la televisión. Sólo la aceptó cuando



se convirtió en “televisión educativa”, un producto aburrido y anodino que repetía el esquema de poder del aula tradicional (el profesor sabe, el alumno lo ignora todo). Si bien estoy a favor del uso de los dispositivos móviles y las redes sociales dentro del aula, a veces me pregunto si su incorporación a los procesos de aprendizaje no terminará por eliminar el carácter disruptivo que podrían tener Facebook, Twitter o los celulares en la educación.

Según el sociólogo Manuel Castells, existe un salto, una diferencia, entre el mundo de la escuela y el mundo real de los chicos. Hoy, los jóvenes construyen sus relaciones en las redes sociales, se organizan y aprenden dentro de ese entorno hiper tecnificado. Por más que la escuela haga esfuerzos muy grandes por romper esas dinámicas del pasado, sigue corriendo muy por detrás de la vida digital de los chicos. En España, cuando los niños salen de la escuela primaria, las madres están esperándolos afuera y les devuelven el celular (dentro de la escuela está prohibido). El dispositivo móvil es como un pasaporte, marca el momento de pasaje de un mundo a otro. El celular es su instrumento, una prótesis que les permite construir y gestionar relaciones en su vida cotidiana.

¿Qué puede significar la escuela para ellos? Castells decía que, para los chicos, la escuela debe parecer como una película en blanco y negro, en cámara lenta, y muda... En buena parte, la educación sigue siendo un broadcasting centrado en el libro. A Paulo Freire se lo lee, se lo cita y después, a la hora de organizar las clases, se sigue trabajando con los viejos modelos reproductivos.

¿Qué podemos hacer? Pensamos algunas posibles vías de cambio. Primero, ¿por qué no pensar en un relato educativo que esté articulado como una narrativa transmedia?; ¿por qué no diseñar una práctica educativa que recupere las prácticas colaborativas de las narrativas transmedia? No pienso tanto en contar los contenidos en diferentes medios –algo que ya se está haciendo– sino en pasar de los “contenidos generados por los usuarios” a los “contenidos generados por los estudiantes”. Piensen que ya a fines de los años 80 se empezó a trabajar con el hipertexto en las universidades de Estados Unidos. Si bien la web todavía no existía, profesores como George Landow<sup>[3]</sup> –uno de los teóricos del hipertexto– trabajaba con sus

alumnos textos de Borges y Cortázar, entre otros, en un sistema en línea. Los alumnos analizaban textos, escribían ensayos, subían otros textos de otros autores y, al año siguiente, venían otros estudiantes, los cuales se sumaban a esa red hipertextual y la expandiéndola aún más.

Segundo, propongo pasar de una pedagogía de la enunciación individual a una pedagogía de la participación, o sea, pasar de una pedagogía de la enunciación individual a una pedagogía de la enunciación colectiva. Necesitamos crear entornos más polifónicos y superar la fase de la enseñanza centrada exclusivamente en el libro y el maestro como único mediador. Necesitamos una educación transmedia donde el relato se construye entre todos y utilizando muchos medios y plataformas. Si en el modelo tradicional el alumno era un consumidor pasivo de información que debía repetir, repetir y repetir (y si lo hacía bien estaba aprobado), ahora debemos poner al alumno como co-productor de contenidos y pasar de la repetición a la creación.

Nunca debemos olvidar que el cambio no está en la tecnología sino en los procesos: un profesor puede sustituir su voz dentro del aula por la de un televisor y nada cambiará. Sin embargo, y esto hay que decirlo claramente, las redes sociales son una tecnología diferente al broadcasting y pueden tener efectos disruptivos positivos. Son tecnologías conversacionales que, precisamente pueden facilitar esa polifonía que mencioné antes.

Otro tema del cual se habla mucho son los MOOC. Según un colofonio de la Ley de Murphy “cuando más se publica sobre un tema menos se sabe de él”. Por mi parte decidí que la única manera de saber para qué sirve un MOOC era hacer uno. Entre mayo y julio de 2014, hicimos un curso masivo, abierto y en línea dedicado a la “Tercera Edad de Oro de la Televisión”, junto a Jorge Carrión. Si bien lo organizamos desde nuestra universidad (la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona) invitamos a 16 profesores y expertos de varias instituciones e inclusive de otros países. Cada semana los alumnos tenían unos 45 minutos de contenidos audiovisuales (presentaciones, entrevistas y partes de series., entre otras cosas) grabados en localizaciones específicas. Por ejemplo, para hablar de Dexter y de Dos metros bajo tierra, grabamos nuestras intervenciones en un cementerio.



Respecto a las evaluaciones, cada tres semanas incorporamos actividades creativas que los mismos participantes puntuaban (peer-review). Las discusiones en el foro eran muy interesantes: entre los más de 5.000 alumnos teníamos fans de Juego de Tronos o Lost que conocían a fondo las series, gente muy buena de la cual aprendimos muchísimo. Muchos de estos debates comenzaban en el MOOC y terminaban en las redes sociales. O sea, hicimos un MOOC polifónico, de gran calidad audiovisual y poniendo en práctica los principios de la inteligencia colectiva de Pierre Lévy. Algunos alumnos terminaron siendo fans del MOOC: generaron “contenidos de usuarios”, parodias ... Incluso un alumno creó un remix de todo el MOOC.

Respecto a los límites de los MOOC, una de las cuestiones pendientes es la gran cantidad de gente que no acaba estos cursos (en nuestro caso terminó un 15%, cifra bastante cerca del promedio). Sin embargo, esto no me parece un problema grave: algunos alumnos estaban interesados en aprender o debatir sobre una sola serie de televisión y no les interesaba hacer todo el curso. Como sucede en el mundo de la comunicación, estos alumnos también construían su propia “dieta mediática” dentro del MOOC. Es importante diseñar estructuras modulares y flexibles que se adapten a las necesidades de los alumnos.

Pero no todo pasa por los MOOC. En un estudio que realizamos en la Universitat Pompeu Fabra entre 2012 y 2013, mapeamos los nuevos formatos educativos que están surgiendo: además de los MOOC descubrimos experiencias muy interesantes, desde la Khan Academy –una empresa que ofrece cursos gratuitos en línea– hasta la Peer to Peer University, una plataforma 2.0 donde cualquier usuario sube un curso y lo comparte en la red. También los diferentes tipos de labs (laboratorios) –desde los media labs hasta los fablabs, hacklabs– están ofreciendo experiencias educativas sumamente creativas y por afuera de las dinámicas tradicionales.

En breve: tal como sucede en el mundo de la comunicación, en el universo de la formación están surgiendo “nuevas especies educativas”. La ecología de los medios ahora es más variada, hay más alternativas y eso es bueno para los ciudadanos. Lo mismo puede decirse de la educación. Las escuelas y las universidades no desaparecerán

pero los ciudadanos tenemos cada vez más espacios educativos a disposición. Solo se trata de encontrar el que mejor se adapte a nuestras necesidades.

Finalmente, me gustaría destacar dos cuestiones más. Por un lado, debemos potenciar la realización de trabajos finales o de maestría interdisciplinarios. Tenemos que poner a los alumnos de comunicación a trabajar con los ingenieros y biólogos, y a los economistas con los filósofos y arquitectos. Hay que romper las barreras disciplinarias que encuadran a los trabajos y proyectos de final de curso. Creo que está pendiente el rediseño de los espacios educativos. En algunas instituciones en el norte de Europa ya se ha avanzado mucho en este aspecto. En varios países las universidades siguen siendo hoteles de paso. El día que las universidades se parezcan a las oficinas de empresas como Google, se establecerán nuevos tipos de relaciones y van a emerger cosas muy diferentes. En Google o Twitter los empleados pueden dedicar hasta el 20% de su horario para desarrollar proyectos personales utilizando la infraestructura de la empresa ¿Por qué no podemos hacer lo mismo en nuestras instituciones educativas? Hay que crear áreas libres de protocolos, “zonas liberadas” que faciliten otro tipo de intercambios y dinámicas de aprendizaje y experimentación.

Estas y otras experiencias no son cosas que sólo pasan “en Finlandia o en California”: las podemos implementar aquí y ahora. En muchos lugares de América Latina se están generando experiencias de aprendizaje muy interesantes basadas en las narrativas transmedia y la generación de contenidos por parte de los estudiantes. Tampoco hay que esperar que todo venga de arriba: las experiencias más disruptivas siempre nacen desde abajo, a partir de la iniciativa de pequeños grupos que se movilizan aprovechando las fisuras e intersticios del sistema. Basta mirar lo que pasó en el mundo de los medios: las grandes transformaciones no vinieron de los actores tradicionales –por ejemplo de los grandes diarios o las cadenas televisivas– sino de pequeños actores que supieron comprender y responder a las nuevas necesidades de los usuarios. Lo mismo se puede hacer en otros campos, comenzando por la educación.



## Referencias bibliográficas

CARLÓN, M. Y C. SCOLARI (2009), “El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate”. Buenos Aires. La Crujía.

JENKINS, H. (2008), “Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación”. Paidós. Barcelona.

LANDOW, G. (1995), “Hipertexto. Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología”. Barcelona. Paidós.

MARTÍN BARBERO, J. (1987), “Comunicación y culturas populares en Latinoamérica”. México. G.Gili

MARTÍN BARBERO, J. (1993), “Communication, Culture and Hegemony”. London. Sage.

## Notas

[<sup>1</sup>] *N. de los C.*: El autor refiere a las teorías de la información desarrolladas, respectivamente, por los norteamericanos Harold Dwight Lasswell y Claude Elwood Shannon.

[<sup>2</sup>] *N. de los C.*: entre otras en Martín-Barbero (1987) y Martín-Barbero (1993).

[<sup>3</sup>] *N. de los C.*: Ver Landow (1995).