

## SITES OF CONVERGENCE: AN INTERVIEW WITH HENRY JENKINS

Vinicius Navarro<sup>1</sup>

Media convergence is not just a technological process; it is primarily a cultural phenomenon that involves new forms of exchange between producers and users of media content. This is one of the underlying arguments in Henry Jenkins's *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, a provocative study of how information travels through different media platforms and how we make sense of media content. Convergence, according to Jenkins, takes place "within the brains" of the consumers and "through their social interactions with others." Just as information flows through different media channels, so do our lives, work, fantasies, relationships, and so on. In *Convergence Culture*, Jenkins explores these ideas in discussions that include the TV shows *Survivor* and *American Idol*, *The Matrix* franchise, fans of *Harry Potter* and *Star Wars*, as well as the 2004 American presidential campaign.

Henry Jenkins is one of the most influential contemporary media scholars. In addition to his book on media convergence, he is known for his work on Hollywood comedy, computer games, and fan communities. More broadly, Jenkins is an enthusiast of what he calls participatory culture. Contemporary media users, he argues, challenge the notion that we are passive consumers of media content or mere recipients of messages generated by the communications industry. Instead, these consumers are creative agents who help define how media content is used and, in some cases, help shape the content itself. Media convergence has expanded the possibility of participation because it allows greater access to the production and circulation of culture.

In this interview, Jenkins speaks generously about the promises and challenges of the current media environment and discusses the ways convergence is changing our lives. As usual, he celebrates the potential for consumer participation, but he also notes that our access to technology is uneven. And he calls for a more inclusive and diverse use of new media. One of the places in which these discrepancies are apparent is the classroom. Jenkins believes that

---

<sup>1</sup> Vinicius Navarro é professor do Departamento de Literatura, Comunicação e Cultura do Instituto de Tecnologia da Georgia, Estados Unidos. Doutor pela New York University e é co-autor de *Crafting Truth: Documentary Form and Meaning*, Rutgers University Press, 2011

we need new educational models that involve “a much more collaborative atmosphere” between teachers and students. He also argues that we must change our academic curricula to fit the interdisciplinary needs of our convergence culture.

These are some of the questions we must confront in the new media environment of the twenty-first century, an environment in which consumer creativity clashes with intellectual property laws, Ukrainian TV shows find their way into American homes via YouTube, and transmedia narratives reshape the way we think about filmmaking.

**In *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, you oppose “the digital revolution paradigm” – the idea that new media are “going to change everything” – to the notion of media convergence. You also say that “convergence is an old concept taking on new meanings.” What exactly is new about the current convergence paradigm? And what changes may we expect from the convergence (or collision) of old and new media?**

The idea of the digital revolution was that new media would displace and, in some ways, replace mass media. There were predictions of the withering away of broadcasting, just as earlier generations of revolutionaries liked to imagine the withering away of the state. That’s not what has happened. We are seeing greater and greater interactions between old and new media. In certain cases, this has made new media more powerful rather than less. The power of the broadcast networks now co-exists with the power of the social networks. In some ways, this has pushed broadcasters to go where the consumers are, trying to satisfy a widespread demand for the media we want, when we want it, where we want it, demand for the ability to actively participate in shaping the production and circulation of media content. This is the heart of what I mean by convergence culture. The old notion of convergence was primarily technological – having to do with which black box the media would flow through. The new conception is cultural – having to do with the coordination of media content across a range of different media platforms. We certainly are moving towards technological convergence – and the iPhone can be seen as an example of how far we’ve come since I wrote the book – but we are already living in an era of cultural convergence. This convergence potentially has an impact on aesthetics (through grassroots expression and transmedia storytelling), knowledge and education (through collective intelligence and new media literacy), politics (through new forms of public participation), and economics (through the web 2.0 business model). What’s new? On the one hand, the flow of media content across media platforms and, on the other,

the capacity of the public to deploy social networks to connect to each other in new ways, to actively shape the circulation of media content, to publicly challenge the interests of mass media producers. Convergence culture is both consolidating the power of media producers and consolidating the power of media consumers. But what is really interesting is how they come together – the ways consumers are developing skills at both filtering through and engaging more fully with that dispersed media content and the ways that the media producers are having to bow before the increased autonomy and collective knowledge of their consumers.

**The concept of “convergence” brings to mind the related notions of co-existence, connection and, in some ways, community. In this culture of convergence, however, we continue to see a divide – social as well as generational – between those who participate in it and those who don’t. What can we do to narrow this gap and expand the promise of participation?**

This is a serious problem that is being felt in countries around the world. Our access to the technology is uneven – this is what we mean by the digital divide. But there is also uneven access to the skills and knowledge required to meaningfully participate in this emerging culture – this is what we mean by the participation gap. As more and more functions of our lives move into the online world or get conducted through mobile communications, those who lack access to the technologies and to the social and cultural capital needed to use them meaningfully are being excluded from full participation. What excites me about what I am calling participatory culture is that it has the potential to diversify the content of our culture and democratize access to the channels of communication. We are certainly seeing examples of oppositional groups in countries around the world start to route around governmental censorship; we are seeing a rise of independent media producers – from indie game designers to web comics producers – who are finding a public for their work and thus expanding the creative potential of our society. What worries me the most about participatory culture is that we are seeing such uneven opportunities to participate, that some spaces – the comments section on YouTube for example – are incredibly hostile to real diversity, that our educational institutions are locking out the channels of participatory media rather than integrating them fully into their practices, and that companies are often using intellectual property law to shut down the public’s desire to more fully engage with the contents of our culture.

**One place where the divide manifests itself very clearly is the classroom. In an interview for a recent documentary called *Digital Nation (PBS)*, you said: “Right now, the teachers have one set of skills; the students have a different set of skills. And what they have to do is learn from each other how to develop strategies for processing information, constructing knowledge, sharing insights with each other.” What specific strategies do you have in mind? What educational model are you thinking about?**

Last year, I had the students in my New Media Literacies class at USC do interviews with young people about their experiences with digital media. Because my students are global, this gave us some interesting snapshots of “normal” teens from many parts of the world – from India to Bulgaria to Lapland. In almost all cases, the young people enjoyed a much richer life online than they did at school; most found schools deadening and many of the brightest students were considering dropping out because they saw the teachers as hopelessly out of touch with the world they were living in. Yet, on the other side of the coin, there are young people who lack any exposure to the core practices of the digital age, who depend upon schools to give them exposure to the core skills they need to be fully engaged with the new media landscape. And our schools, in countries all over the world, betray them, often by blocking access to social networks, blogging tools, YouTube, Wikipedia, and so many other key spaces where the new participatory culture is forming. Over the past few years, I’ve been involved in a large-scale initiative launched by the MacArthur Foundation to explore digital media and learning. I wrote a white paper for the MacArthur Foundation, which identifies core social skills and cultural competencies required for participatory culture and then launched Project New Media Literacies to help translate those insights into resources for educators. The work we are doing through Project New Media Literacies (which was originally launched at MIT but which has traveled with me to USC) is trying to experiment with the ways we can integrate participatory modes of learning, common outside of school, with the core content which we see valuable within our educational institutions. We’ve been testing approaches through schools in the United States, and now Project New Media Literacies is going to be working with the education system in the State of Rio to provide teacher training into how we might better integrate participatory culture into the operations of schools and public institutions. Through a partnership with the State of Rio Education Department and The Alchemists company, the materials we have developed will be translated into Portuguese and will respect the local aspects and attributes of their education system,

being adapted to the specifics of Brazilian culture. But more importantly, we are going to be helping teachers develop a new mode of thought that will allow them to generate their own classroom activities that help young people to acquire the skills they are going to need to fully participate in this emerging media landscape as students, future professionals, and citizens. Brazil seems to be on the verge of an economic and cultural transformation, as it becomes the focus of global attention in the wake of the decision by the Olympic Committee to host the first games to be held in South America. For us, teaching the new media literacies involves more than simply teaching kids how to use or even to program digital technologies. The new media landscape has as much to do with new social structures and cultural practices as it has to do with new tools and technologies. And as a consequence, we can teach new mindsets, new dispositions, even in the absence of rich technological environments. It is about helping young people to acquire the habits of mind required to fully engage within a networked public, to collaborate in a complex and diverse knowledge community, and to express themselves in a much more participatory culture. This new mode of learning requires teachers to embrace a much more collaborative atmosphere in their classrooms, allowing students to develop and assert distinctive expertise as they pool their knowledge to work through complex problems together.

**Participation in a culture of convergence requires the development of certain cognitive capacities. Multitasking, for example, is a skill that young people, the digital “natives” seem more comfortable with than those of older generations, who lived in less complex media environments and were expected to think linearly. In the current media environment, what do we lose and what do we gain in terms of cognitive skills? And can new ways of learning co-exist with old forms of knowledge?**

I am often reminded of Plato, who reacted with horror at the thought that writing would displace oral language at the center of Ancient Greek culture; he feared that we would lose the capacity to remember the core values and traditions of our society as we became overly reliant on the technology of writing. He was right in some ways. We do not command the kind of oral-based memory that dominates in pre-literate societies, but it is hard to argue that we would have been better off as a society in the absence of writing – or later, of print. Every new technology opens up rich possibilities for human communication and expands in significant ways our cognitive capacities. Yet, at the same time, there is always a loss of some skills, which have been valuable to us in the past. We are in such a moment of transition. It's

hard to see with any certainty all of the trade-offs we are going to be asked to make, but it is also clear that what is coming will dramatically expand our capacity to create, to learn, and to organize. The question is how to balance the new skills with the old, how to embrace the capacity of the young to process multiple channels of information with the values of contemplation and meditation, which were the virtues of older forms of learning. We need students who can learn from computers *and* from books, rather than forcing a false choice between the two. We need young people who can embrace and deploy a range of different cognitive strategies to confront a range of different sources of information and to express themselves across a range of different discursive contexts. For me, this is never about displacing traditional literacy with new media literacies, but rather expanding the ways young people learn to encompass what is most valuable about the new and retain what was most effective about the old.

### **How can humanist traditions of critical thinking survive the overflow of information that comes with new media?**

To be honest, I don't know. But we will need critical thinking now more than ever if individually and collectively we will navigate through a much more complex information-scape and be able to make quick, effective decisions about the reliability and value of the sea of documents and videos that pass over our eyeballs in the course of our day. One way forward is to embrace what Pierre Levy calls *collective intelligence*. Levy argues that, in a networked society, nobody knows everything – get rid of the idea of the Renaissance man and rid education of the concept that every student should learn the same things. Everybody knows something – foster a culture of diverse expertise and multiple ways of knowing. And what any given member knows is available to the group as needed – enhance mechanisms for allowing us to compare notes, to deliberate together, and learn from each other. Individually, we are no match against the tsunami of data that crests over us every day of our lives, but collectively, we have the mental capacity to tackle complex problems that would be far beyond our personal competencies. For us to achieve that potential we have to embrace collaborative learning at every stage of our educational process and we have to allow individuals to develop their own distinctive expertise rather than push our schools towards greater standardization.

**From this perspective, the use of new media can in fact help build communities. The opposite, however, also seems to be true. Some media scholars have insisted, for example, that YouTube undermines this promise of community building and collective action precisely because of the huge amount and wide range of information published by its users. Making information publicly available is not the same thing as organizing community or mobilizing action. How would you respond to those who argue that fragmentation and dispersal, rather than purposeful collective action, are the likely outcomes of information overflow? Does access really translate into agency?**

I would argue that YouTube represents the opposite of fragmentation. It is a site where media producers of diverse backgrounds and goals pool their resources and share with each other what they have produced. We are more aware of the diversity of our culture when we look at YouTube in large part because it has brought us into contact with forms of cultural production that were once hidden from our view, drowned out by the amplified voice of mass media, and isolated from us by all the various structures of exclusion that shape our everyday cultural experience. This is the heart of what Yochai Benkler argues in *The Wealth of Networks* – that many of these new sites represent a meeting ground for diversely motivated groups and individuals. There is, at least potentially, much greater flow of information across groups at the grassroots level now than ever before. Groups that were once invisible are now gaining greater public impact through bringing their cultural productions into these new common spaces. These materials move much more fluidly through the population because they do not have to rely on traditional gatekeepers. I don't want to overstate this point. Much recent research on social networks suggests that they reflect other kinds of segregation in our culture: people tend to gather online with people they know in their everyday lives rather than exploit the full capacity of a networked culture; they tend to seek out people like themselves rather than use the technology to build "bridging" relationships. And this tends to blunt the potential of a participatory culture to diversify our experiences and knowledge. I would agree that access does not necessarily translate into agency: it certainly doesn't in the absence of knowledge and skills to deploy the affordances of these new social networks effectively; it doesn't in the absence of a mindset that places a real value on diversity or respects the dignity of all participants; it doesn't in the absence of new forms of social organization that help us to leverage the potentials of digital media to confront the challenges and problems of the 21st century.

**The concepts of authorship and intellectual property are key to current debates on new media. On the one hand, digital culture encourages appropriation and popular uses of mass cultural texts, offering increased public exposure to fan creativity. On the other, the surge in what you call “grassroots creativity” has met with growing efforts on the part of the media industry to control the use and circulation of information. Is the notion of intellectual property on the wrong side of history? And what role – if any – can it play in the world of media convergence?**

Intellectual property is the battleground that will determine how participatory our culture becomes. In some ways, the mass media industries are opening up greater space for participation, are accepting more appropriation than I ever anticipated. But they are not likely to give up the fight to own the core stories, images, and sounds of our culture without some pretty serious pushback from the public. If we look at the history of culture, we can see some broad movements, which argue against the long-term viability of our current models of intellectual property. First, there was a folk culture, which supported broad participation, which drew few lines between amateur and professional creators, which stressed the social rather than the economic value of our creative acts, and which relied on peer-to-peer teaching of skills and practices. Second, there was a mass media culture, where the production of culture was privatized and professionalized, where most of us consumed and a few produced, and where none of us could lay claim to the cultural traditions that had sustained us or to the stories that had captured our imagination. Now, the rise of participatory culture represents the reassertion of the practices and logics of folk culture in the face of a hundred years of mass culture. We now have greater capacity to create again and we are forming communities around the practices of cultural production and circulation. We now have the ability to share what we create with a much larger public than was possible under folk culture, and yet our templates for what culture looks like are still largely formed around the contents and practices of mass culture. This is why fan culture thrives in this new environment. Participatory culture cannot grow without the capacity to archive, appropriate, and recirculate media content; it cannot sustain itself long term without an expanded notion of fair use and a reduction on the capacity of corporate media to exert a monopoly control over our culture. Everyone sees that the future will be more participatory, but we are fighting over the terms of our participation. New business models seek to liberalize the terms, opening up more space to consumer control, much as autocratic regimes are often forced over time to allow some kinds of democratic practices and institutions as they struggle to stay in power. But my bet is that the



public demand is going to be greater than their capacity to let go of their control over the mechanisms of cultural production and circulation. They are not going to be capable of moving far enough fast enough. More and more of us will become “pirates” as we seek to pursue our own interests in a media environment that supports greater participation and a legal environment that seeks to channel that participation in ways that serve the interest of major media conglomerates.

**You have talked about the way media convergence upsets existing hierarchies between producers and consumers of popular culture. Historically, these hierarchies find parallels in the divide between countries that export culture and those that import it, or countries that export knowledge and those that import it. Can we apply some of your insights to the way culture and knowledge circulate across borders? How does the promise of participation manifest itself at a global level?**

I am not someone who is going to argue that the world is flat. The economic dominance of Western countries, especially the United States, over the global imaginary continues to be a strong force, one that is difficult to resist. Yet we are also seeing increased fluidity as culture produced in other parts of the world is circulating more freely across national borders. That circulation is being shaped, first and foremost, through processes of immigration, in which people use the web to maintain contact to mother countries they have left behind, and immigrants introduce new forms of cultural expression wherever they go. Yet this only partially explains the current moment of cultural circulation. I would also argue that young people around the world are increasingly cosmopolitan in their engagement with popular culture. They are seeking out greater diversity than they can find in their own often parochial local communities. We see this in young people in Iran who grew up trying to smuggle Michael Jackson posters, tapes, and videos past government censors and are now reaching out to a global public through Twitter. We see it in American young people who are seeking out compelling content from Asia (Manga now outsells American comics four to one in the U.S. market; Anime is now one of Japan’s leading exports to the world; and there are signs that Korean and Chinese dramas are starting to have a similar impact as people are seeking them out online), from Latin America (a huge rise in interest in telenovelas), and so forth. As they do so, they are connecting with the fans of those media in their country of origin and this has the potential to expand global consciousness. The public’s interest in this international media content often far outstrips the ability or willingness of dominant media to provide it, but the

grassroots channels are picking up some of the slack. So, it takes less than 24 hours for an episode of *Prison Break* to air in America and be translated via amateur subtitlers into a range of Asian languages, and then appear on torrents across the Pacific Rim. And it takes no more time for an animated series to appear on Japanese television and find its way into the home of American teens. We recently saw a video of the winner of *Ukraine's Got Talent* get posted on YouTube and get seen more than 2 million times. As people discover interesting content, they pass it along to their friends and family. Most Americans had never seen Ukrainian television before, I dare to say, yet they were willing to give it a chance because it was freely available and widely circulating. Now, that raises the larger challenge – are we concerned with cultural access (with the flow of ideas and expressions across national borders) or economic viability (the ability of other media producing countries to reap a profit from access to once closed American markets)? Both are likely changing right now, but there's no question that there's much greater fluidity on the level of culture than on the level of commerce. Artists everywhere in the world are losing control over the circulation of their content and, as they do so, they may also be losing the economic base that supports their production. Yet one can argue that, in many cases, this content is circulating into markets that would have been closed to them anyway. And they are more likely to find paying customers once the public has been exposed to and educated about their genres of cultural production.

**Last year, you and David Bordwell engaged in a discussion on transmedia storytelling, which was posted on your blog. Narratives that start on a movie screen, for instance, can continue in a videogame and then make their way back to the film medium. The idea of transmedia storytelling, however, makes it hard for us to apply formal criteria to the analysis of a particular cultural experience, which is why Bordwell seems to favor more traditional forms of narrative. What are some of the aesthetic criteria that you use to analyze an experience that involves different media platforms?**

I teach a course on transmedia entertainment at USC and the experience of closely examining texts and listening to media producers share their creative processes and their conception of the transmedia audiences has really sharpened my focus on these issues. I now believe that it is possible to map out some cornerstones of the aesthetics of transmedia. The first would be a shift from a focus on individual characters and their stories towards ever more complex forms of world building. The second would be the expansion of traditional forms of seriality that disperse story information across multiple chunks of entertainment content. Traditional serial

unfolded across a single medium, providing a means for orientating and engaging viewers, even as they provided gaps that motivated us to continue to engage with their unfolding story. The new serials will unfold across multiple media platforms, allowing us to connect multiple chunks, with a less linear flow of information, and creating a space where we can share what we've found with others who are equally invested in this shared entertainment experience. Third, there is a focus on layered or multiple forms of subjectivity where, much as in a soap opera, we engage with the story through the perspective of multiple characters, who often reflect different values or social situations. Think about what transmedia extensions do. They provide us with more information and a chance to more fully explore the fictional world; they allow us to engage with backstory or play out the long-term impact of story events; or they refocalize the story around the perspective of secondary or peripheral characters and thus return to the "mother ship" with a new frame of reference. Right now, we are still simply mapping the territory, identifying formal devices and modes of storytelling that work in a transmedia environment, occasionally stumbling onto examples that pack real emotional power or cognitive complexity. Yet there are people out there monitoring the experiments, refining their craft – some of them are the artists who will push transmedia to the next level and some of them are the consumers who will be able to keep pace with those artists and help them to achieve their full potential.

**When I read your discussion with David Bordwell, I thought about the repercussions of media convergence to traditional academic disciplines. In a sense, Bordwell's response to the notion of transmedia narrative suggests a concern with the status and autonomy of a particular discipline – film studies. It reveals a desire to look at cinema qua cinema. How do you see the role of traditional academic disciplines in the world of media convergence? What fate might they have apart from responding to the "demands" of new media?**

Well, that description is more than a little unfair to David Bordwell, who really does seem engaged with the intellectual issues raised by transmedia stories and, if anything, was arguing that the Hollywood industry was too conservative in using the practices in relatively trivial ways having more to do with marketing than storytelling. He certainly would object to the push to turn all films into "mother ships" for transmedia franchise. So would I. I think we need to study very closely to know when it is going to be aesthetically rewarding and when it is going to be a dead-end. I don't think we were that far apart in that exchange, and I really

enjoyed the chance of sparring with someone at the top of his game. Behind that exchange was an enormous degree of mutual respect. Otherwise, why bother. That said, your larger question about the impact on the disciplines is a very real one. I don't know that the particular configurations of knowledge that emerged in the late industrial age – our current set of disciplines – can or will necessarily last that long into the information age. We are already seeing a significant reconfiguration of fields of knowledge, we are seeing students coming to universities with intellectual pursuits that simply cannot be contained within individual disciplines, which require them to move across majors in the course of their educations, much as they will move across professions in the course of their working lives. Our university curriculum tries desperately to “discipline” these learners, forcing them into categories, but I'd argue that it does so to the detriment of both the individuals involved and the society at large. We need to be exploring the interconnectedness of our fields of knowledge if we are going to exploit the full potentials of the new media landscape or combat the challenges of life in the 21st century. We need to free our minds, to absorb as many different methods of inquiry and bodies of knowledge as possible, so we can reconfigure knowledge as we learn to collaborate across professional and disciplinary borders. In short, we need to embrace a converged educational system so that we can navigate through a converged information environment.

### **OS SENTIDOS DA CONVERGÊNCIA: ENTREVISTA COM HENRY JENKINS** por Vinicius Navarro

A convergência midiática não é apenas um processo tecnológico; é antes de tudo um fenômeno cultural que envolve novas relações entre os produtores e os usuários da mídia. Esse é um dos temas centrais em *Cultura da Convergência*, livro de Henry Jenkins que discute a maneira como a informação viaja por diferentes plataformas midiáticas e examina o papel dos consumidores nesse processo. A convergência, segundo Jenkins, acontece “dentro dos cérebros” dos consumidores e “por meio de suas interações sociais com os outros”. Assim como a informação, nosso trabalho, nossas vidas, fantasias e relações pessoais também fluem por diferentes canais midiáticos. Em *Cultura da Convergência*, Jenkins explora essas idéias em análises que incluem os programas de televisão *Survivor* e *American Idol*, a franquia do filme *Matrix*, os fãs de *Harry Potter* e *Guerra nas Estrelas*, bem como a campanha presidencial americana de 2004.

Henry Jenkins é um dos pesquisadores da mídia mais influentes da atualidade. Além do livro sobre convergência midiática, ele já escreveu sobre comédia no cinema hollywoodiano, sobre jogos de computador e sobre comunidades de fãs. De forma mais ampla, Jenkins é um entusiasta daquilo que chama de cultura participatória. Segundo ele, os usuários da mídia contradizem a idéia de que somos consumidores passivos de conteúdo midiático ou meros recipientes de mensagens geradas pela indústria da comunicação. Jenkins prefere pensar nos consumidores como agentes criativos que ajudam a definir como o conteúdo midiático deve ser usado e, em alguns casos, dão forma ao próprio conteúdo. A convergência midiática tende a expandir essa possibilidade de participação porque permite maior acesso à produção e à circulação de cultura.

Nessa entrevista, Jenkins fala generosamente sobre as promessas e os desafios do atual ambiente midiático e discute como a convergência está transformando nossas vidas. Como sempre, ele celebra o potencial de participação nos processos midiáticos, mas também admite que nosso acesso à tecnologia é desigual. E insiste na necessidade de inclusão e diversidade no uso das novas mídias. Um dos lugares em que as discrepâncias ainda são visíveis é a sala de aula. Jenkins acredita que nós precisamos de novos modelos educacionais, que envolverão maior colaboração entre professores e alunos. Ele também argumenta que é necessário mudar os currículos acadêmicos para dar espaço a uma interdisciplinaridade compatível com a cultura da convergência.

Essas são algumas das questões que devemos enfrentar no ambiente midiático do século 21, um ambiente em que a criatividade dos consumidores entra em choque com as leis de propriedade intelectual, programas de televisão ucranianos chegam aos lares americanos por meio do YouTube e as narrativas transmidiáticas transformam nossa maneira de pensar sobre o cinema.

**Em Cultura da Convergência, você contrapõe o paradigma da revolução digital – a idéia que as novas mídias “vão mudar tudo” – à noção de convergência midiática. Você também diz que “a convergência é um conceito antigo que está ganhando novos significados”. O que exatamente existe de novo no atual paradigma da convergência? Que mudanças nós podemos esperar da convergência (ou colisão) entre as novas mídias e as mídias tradicionais?**

A idéia da revolução digital era de que as novas mídias iriam desbancar e, de certa maneira, substituir os meios de massa. Previa-se o ocaso da radiodifusão, da mesma forma que outras gerações de revolucionários imaginavam o ocaso do Estado. Não foi isso que aconteceu. O que estamos presenciando é uma interação crescente entre mídias tradicionais e mídias novas. Isso tem fortalecido – não enfraquecido – as mídias novas. O poder das redes de radiodifusão agora coexiste com o poder das redes sociais. Em alguns casos, isso vem forçando a radiodifusão a procurar uma nova relação com os consumidores. A indústria agora tenta satisfazer uma demanda ampla pelas mídias que nós consumidores queremos – quando queremos e onde queremos. Há uma tentativa de satisfazer o desejo do público de participar ativamente na produção e circulação de conteúdo midiático. É isso que eu quero dizer quando falo em cultura da convergência. Há uma velha noção de convergência que é primordialmente tecnológica. O novo conceito é cultural. Refere-se à coordenação de conteúdo midiático

através de várias plataformas de mídia. É verdade que nós estamos caminhando para a convergência tecnológica. (O iPhone é um bom exemplo dos avanços ocorridos desde que eu escrevi o meu livro.) Mas é também verdade que nós *já* estamos vivendo numa era de convergência cultural. Potencialmente, essa convergência tem impacto em diversas áreas: estética (por meio de expressões de base e narrativas transmidiáticas), educação e conhecimento (por meio da inteligência coletiva e do novo saber midiático), política (por meio de novas formas de participação do público) e economia (por meio do modelo de negócios web 2.0). O que é novo? Por um lado, a fluidez com que o conteúdo midiático passa por diferentes plataformas; por outro, a capacidade do público de empregar redes sociais para se conectar de maneiras novas, para moldar ativamente a circulação desse conteúdo, para desafiar publicamente os interesses dos produtores de comunicação de massa. A cultura da convergência está consolidando, ao mesmo tempo, o poder dos produtores e dos consumidores de mídia. O mais interessante, porém, é a forma como esse encontro acontece – os meios pelos quais os consumidores estão desenvolvendo habilidades tanto para filtrar quanto para se engajar amplamente com conteúdo midiático disperso, assim como a necessidade dos produtores de mídia de encarar a crescente autonomia e sabedoria dos consumidores.

**O conceito de “convergência” está relacionado às noções de coexistência e, de certa forma, comunidade. Nós continuamos, no entanto, a ver uma divisão – social e de geração – entre aqueles que participam e aqueles que não participam da convergência. O que pode ser feito para corrigir essas discrepâncias e expandir a promessa de participação?**

Esse é um problema sério, que afeta países do mundo todo. Nosso acesso à tecnologia é desigual – é isso que quer dizer o termo *exclusão digital*. Mas há também desigualdade no acesso às habilidades e aos conhecimentos necessários para participar significativamente dessa cultura emergente. À medida que mais e mais funções de nossas vidas se deslocam para o mundo online ou são conduzidas por meio de comunicações móveis, aqueles sem acesso às tecnologias, bem como ao capital social e cultural necessário para utilizá-las, vão sendo excluídos de uma participação ampla. O que me entusiasma naquilo que eu chamo de cultura participatória é o potencial para diversificar o conteúdo cultural e democratizar o acesso aos canais de comunicação. Nós estamos vendo, em todo o mundo, grupos de oposição começando a burlar a censura governamental; estamos vendo um crescimento de produtores

de mídia independentes – de designers de games a produtores de histórias em quadrinhos para a web – que conseguem achar um público para o seu trabalho, expandindo assim o potencial criativo da sociedade. O que mais me preocupa nessa cultura participatória é a desigualdade de oportunidades. Alguns espaços – a seção de comentários do YouTube, por exemplo – são incrivelmente hostis à diversidade. Nossas instituições educacionais estão bloqueando os canais de mídia participatória, em vez de integrá-los a suas práticas. E as empresas frequentemente fazem uso das leis de propriedade intelectual para calar o desejo do público de se engajar mais plenamente com os conteúdos de nossa cultura.

**Um dos lugares em que essas desigualdades se manifestam claramente é a sala de aula. Numa entrevista para o documentário *Digital Nation*, você diz: “No momento, os professores têm algumas habilidades; os alunos têm outras. O que eles têm que fazer é aprender, uns com os outros, como desenvolver estratégias para processar informação, construir conhecimento e partilhar idéias.” Quais são as estratégias específicas que você tem em mente? Em que modelo de educação você está pensando?**

HJ: No ano passado, pedi aos meus alunos da disciplina New Media Literacies, na University of Southern California, para entrevistar jovens a respeito de suas experiências com mídias digitais. Como eu tenho estudantes do mundo todo, o projeto nos deu alguns retratos de adolescentes “normais” em diferentes partes do globo, incluindo a Índia, a Bulgária e o norte da Escandinávia. Em quase todos os exemplos, os jovens tinham uma vida muito mais rica online do que na escola. A maioria achava a escola desestimulante. E muitos dos alunos mais brilhantes pensavam em deixar a escola porque percebiam que os professores estavam perdidamente fora de sintonia com o mundo em que eles viviam. Por outro lado, há também jovens que carecem de qualquer contato com as práticas básicas da era digital e que dependem da escola para ter acesso às habilidades das quais precisam para lidar com as novas mídias. E as escolas, em países do mundo todo, estão traindo esses jovens, em geral bloqueando acesso a redes sociais, ferramentas para blogs, YouTube, Wikipédia e tantos outros aspectos centrais da nova cultura participatória. Nos últimos anos, eu me envolvi numa iniciativa de grande escala, lançada pela Fundação MacArthur, para explorar mídias digitais e aprendizado. Eu escrevi um relatório para a Fundação MacArthur identificando habilidades sociais e competências culturais necessárias para uma cultura participatória, e lancei o Projeto New Media Literacies com a intenção de transformar esses insights em recursos para educadores. O trabalho que estamos fazendo por meio do Projeto New Media Literacies (que foi



inaugurado no MIT mas se transferiu comigo para a University of Southern California) tenta integrar modos de aprendizado participatório, comuns fora da escola, com o conteúdo adotado em nossas instituições educacionais. Temos feito experiências em várias escolas nos Estados Unidos. Agora, o Projeto New Media Literacies vai trabalhar com o sistema de educação do Estado do Rio, oferecendo treinamento aos professores para que possam integrar a cultura participatória com as operações das escolas e instituições públicas. Por meio de uma parceria com a Secretaria de Educação do Estado do Rio e a companhia Os Alquimistas, nossos materiais vão ser traduzidos para o português e adaptados para a cultura brasileira, respeitando os aspectos locais e os atributos próprios do sistema educacional. O mais importante é ajudar os professores a desenvolver uma nova maneira de pensar, que por sua vez vai permitir que eles gerem suas próprias atividades em sala de aula, auxiliando os jovens a adquirir as habilidades necessárias para participar plenamente na paisagem midiática emergente, seja como alunos, futuros profissionais ou cidadãos. O Brasil parece estar à beira de uma transformação econômica e cultural, num momento em que se torna foco de atenção mundial, após a decisão do Comitê Olímpico de trazer os jogos pela primeira vez para a América do Sul. Para nós, criar um novo saber midiático envolve mais do que simplesmente ensinar os alunos a usar ou mesmo programar tecnologias digitais. A nova paisagem midiática está relacionada não só a novas ferramentas e tecnologias, mas também a novas estruturas sociais e práticas culturais. Consequentemente, podemos ensinar novas maneiras de pensar e novas disposições, até mesmo na ausência de ambientes tecnológicos ricos. Trata-se de ajudar os jovens a adquirir os hábitos mentais necessários para se engajar plenamente com o público em rede, para colaborar com uma comunidade de conhecimento complexa e diversa, e para se expressar numa cultura muito mais participatória. Esse novo modo de aprendizado requer que os professores adotem uma atmosfera mais colaborativa na sala de aula, permitindo que os alunos desenvolvam e afirmem especialidades distintas e utilizando o conhecimento para trabalhar em conjunto com problemas complexos.

**A participação na cultura da convergência requer o desenvolvimento de certas capacidades cognitivas. Executar múltiplas tarefas, por exemplo, é uma habilidade com a qual os jovens, os “nativos” do mundo digital, parecem mais à vontade do que as gerações mais velhas, que viviam num ambiente midiático menos complexo e pensavam de forma linear. No atual ambiente, o que se perde e o que se ganha em termos de habilidades cognitivas? É possível a coexistência entre novas maneiras de aprendizado e formas mais antigas de conhecimento?**

Eu frequentemente penso em Platão, que reagiu com horror à idéia de que a escrita tomaria o lugar da linguagem oral na cultura da Grécia Antiga. Ele temia que as pessoas perdessem a capacidade de lembrar os valores e as tradições essenciais da sociedade, tornando-se excessivamente dependentes da tecnologia da escrita. De certa forma, ele estava certo. Nós não temos o tipo de memória oral que domina as sociedades pré-letradas. Mas é difícil aceitar a idéia de que estaríamos melhor se não houvesse escrita – ou, mais tarde, se não houvesse imprensa. Toda tecnologia nova abre possibilidades ricas para a comunicação humana e expande de maneira significativa nossas capacidades cognitivas. Mas, ao mesmo tempo, há sempre a perda de algumas habilidades, que tiveram seu valor no passado. Nós estamos num desses momentos de transição. É difícil ver com precisão o que se vai ganhar ou perder. Mas é claro também que o que está por vir vai expandir de maneira dramática nossa capacidade de criar, aprender e organizar. A questão é como equilibrar novas e velhas competências, como combinar a capacidade dos jovens de processar múltiplos canais de informação com os valores da contemplação e da meditação, que eram virtudes das velhas formas de aprendizado. Precisamos de alunos capazes de aprender tanto com o computador quanto com os livros, sem froçar uma escolha falsa entre os dois. Precisamos de jovens prontos para abraçar e utilizar diversas estratégias cognitivas, prontos para lidar com uma grande variedade de fontes de informação e se expressar em diferentes contextos discursivos. Para mim, não se trata de tomar o lugar da sabedoria tradicional, mas sim de expandir as maneiras pelas quais os jovens aprendem a incorporar o que há de mais valioso no novo e a preservar o que havia de mais efetivo no velho.

### **Como as tradições do pensamento crítico humanista vão sobreviver à sobrecarga de informação que vem com as mídias novas?**

Honestamente, não sei. Mas nós vamos precisar do pensamento crítico agora mais do que nunca, porque vamos navegar, tanto individual como coletivamente, por uma paisagem de informação muito mais complexa. E vamos precisar de competência para tomar decisões rápidas e efetivas sobre a confiabilidade e o valor do mar de documentos e vídeos que passam por nossos olhos no decorrer do dia. Uma maneira de ir adiante é abraçar o que Pierre Levy chama de *inteligência coletiva*. Levy argumenta que, numa sociedade de redes, ninguém sabe tudo – vamos nos livrar da idéia do homem da Renascença e tirar da educação o conceito de que todo estudante deve aprender as mesmas coisas. Todo mundo sabe *alguma* coisa. Vamos

criar uma cultura de especialidades diversas e múltiplas formas de conhecimento. O conhecimento de um indivíduo está disponível para o grupo sempre que necessário. Vamos aprimorar os mecanismos que nos permitem comparar notas, deliberar em conjunto e aprender uns com os outros. Individualmente, não podemos muito contra o tsunami de informação que quebra sobre nós todos os dias. Coletivamente, no entanto, temos a capacidade mental de enfrentar problemas complexos, que normalmente estariam bem além de nossas capacidades pessoais. Para realizar esse potencial, temos que adotar o aprendizado colaborativo em cada estágio de nosso processo educacional. E temos que permitir que indivíduos desenvolvam suas especialidades distintas, em vez de empurrar nossas escolas na direção de uma maior padronização.

**Visto por esse ângulo, o uso das novas mídias pode de fato ajudar a construir comunidades. O contrário, porém, também parece ser verdade. Alguns pesquisadores insistem, por exemplo, que o YouTube dificulta a criação de laços comunitários e ações coletivas exatamente por causa da enorme quantidade e da variedade de informação publicada pelos usuários. Trazer informação ao público não é a mesma coisa que criar comunidades ou mobilizar esse público para agir. Como você responderia à idéia de que a sobrecarga de informação gera dispersão ou fragmentação, em vez de ação coletiva consciente? É possível transformar em agenciamento o acesso à informação?**

Eu diria que o YouTube representa o oposto da fragmentação. É um site em que produtores de mídia com backgrounds e objetivos diversos reúnem recursos e partilham suas produções uns com os outros. Estamos mais conscientes da diversidade de nossa cultura quando olhamos para o YouTube, em grande parte porque o site nos põe em contato com formas de produção cultural que até há pouco escapavam à nossa vista, eram emudecidas pela voz amplificada dos meios de massa ou afastadas pelas várias estruturas de exclusão que moldam nossa experiência cultural cotidiana. Isso está no âmago daquilo que Yochai Benkler propõe em *The Wealth of Networks*. Muitos desses novos sites representam um ponto de encontro para grupos e indivíduos com motivações diversas. Existe, pelo menos potencialmente, um fluxo muito maior de informação entre grupos de base. Grupos que eram invisíveis estão ganhando maior impacto junto ao público graças a esses espaços comuns. A circulação dessas produções culturais é mais fluida porque não há mais a figura do gatekeeper tradicional. Por outro lado, é também importante não sobrevalorizar essa idéia. Pesquisas recentes sobre redes sociais sugerem que essas redes refletem outras formas de segregação cultural: em vez de explorar a

plena capacidade de uma cultura em redes, as pessoas tendem a se encontrar online com gente que já conhecem na vida cotidiana; elas tendem a procurar pessoas como elas, em vez de usar a tecnologia para criar novas “pontes”. E isso tende a reduzir o potencial para diversificar nossas experiências e nosso conhecimento. Eu concordo que acesso à informação nem sempre gera agenciamento. Isso certamente não acontece quando faltam conhecimento e habilidades para empregar efetivamente os benefícios das novas redes sociais. Não acontece quando falta disposição para valorizar a diversidade e respeitar a dignidade de todos os participantes. Não acontece na ausência de novas formas de organização social que possam ajudar a alavancar os potenciais das mídias digitais para enfrentar os desafios e problemas do século 21.

**Os conceitos de autoria e propriedade intelectual são fundamentais no debate sobre as novas mídias. Por um lado, a cultura digital facilita a apropriação e o uso popular dos textos da cultura de massa, oferecendo visibilidade crescente, por exemplo, ao trabalho criativo dos fãs. Por outro, o crescimento daquilo que você chama de “*criatividade de base*” se contrapõe aos esforços da indústria da mídia para controlar o uso e a circulação de informação. Seria certo dizer que a noção de propriedade intelectual está na contramão da história? E que papel caberia ao conceito de propriedade intelectual no mundo da convergência midiática?**

A propriedade intelectual é o campo de batalha que determinará o quão participatória nossa cultura vai se tornar. De algumas formas, os meios de massa estão criando mais espaço para participação e apropriação do que eu jamais antecipei. Mas é pouco provável que eles abram mão das histórias, imagens e sons de nossa cultura se não houver uma pressão séria por parte do público. Se olharmos para a história da cultura, veremos movimentos amplos que contradizem a viabilidade a longo prazo dos modelos correntes de propriedade intelectual. Antigamente, havia uma cultura popular que permitia uma participação ampla, que dava mais ênfase ao valor social que ao valor econômico dos atos criativos, na qual não havia grande separação entre criadores profissionais e amadores, e que dependia da troca de habilidades e conhecimentos. Depois veio a cultura de massa, na qual a produção cultural foi privatizada e profissionalizada, em que a maioria de nós consumia e apenas uns poucos produziam, na qual ninguém era dono das próprias tradições culturais ou das narrativas que conduziam nossa imaginação. Agora, o crescimento da cultura participatória representa uma reafirmação das práticas e da lógica da antiga cultura popular em face de cem anos de cultura de massa. Mais uma vez, temos uma maior capacidade para criar e estamos formando comunidades em torno

de práticas de produção e circulação de cultura. Podemos agora partilhar nosso trabalho criativo com um público muito maior do que seria possível na antiga cultura popular, embora os modelos de produção cultural ainda se formem em torno dos conteúdos e práticas da cultura de massa. É por isso que esse novo ambiente midiático é tão propício para a chamada cultura dos fãs. A cultura participatória não pode se desenvolver se não formos capazes de arquivar, apropriar e fazer recircular o conteúdo midiático. Ela não pode se manter por muito tempo sem que haja uma expansão dos meios legais de acesso a bens culturais, bem como uma redução do controle exclusivo das empresas de mídia sobre a nossa cultura. Todo mundo reconhece que o futuro será mais participatório. O que precisamos ainda resolver são os termos que definirão essa participação. Os novos modelos de negócios procuram democratizar esses termos, abrindo mais espaço para o controle do consumidor, de maneira semelhante ao que acontece com regimes autocráticos que se vêem forçados, com o passar do tempo, a permitir alguns tipos de práticas e instituições democráticas para se manter no poder. Eu estou apostando, porém, que a demanda do público vai ser maior que a capacidade das empresas de abrir mão do controle sobre os mecanismos de produção e circulação cultural. Elas não serão capazes de agir com rapidez e amplitude suficientes. E aí mais e mais pessoas se tornarão “piratas” ao tentar satisfazer seus interesses num ambiente midiático que apóia maior participação ao mesmo tempo em que o ambiente legal procura canalizar essa participação para servir aos interesses de grandes conglomerados de mídia.

**Você tem discutido a maneira como a convergência midiática contraria as hierarquias entre produtores e consumidores de cultura. Existe um paralelo entre essas hierarquias e o desequilíbrio histórico entre países exportadores e países importadores de cultura, ou países que exportam e países que importam conhecimento. Seria possível aplicar algumas de suas idéias à análise de como a cultura e o conhecimento atravessam fronteiras nacionais? Como a promessa de participação se manifesta a nível global?**

Eu não sou daqueles que dizem que o mundo é plano. O domínio econômico dos países ocidentais, especialmente dos Estados Unidos, sobre o imaginário global representa ainda uma força poderosa no mundo atual, contra a qual é difícil impor resistência. No entanto, é possível também constatar uma maior fluidez na circulação da cultura produzida em diferentes partes do planeta. Essa circulação está sendo moldada principalmente por processos de imigração. As pessoas usam a web para manter contato com os países de origem. E os imigrantes introduzem novas formas de expressão cultural nos países para onde vão. Mas isso

explica apenas em parte o atual momento de circulação cultural. Eu diria também que os jovens em todo o mundo estão se tornando cada vez mais cosmopolitas em seus engajamentos com a cultura popular. Eles estão em busca de maior diversidade do que existe em suas comunidades locais. A gente vê isso entre os jovens iranianos, que cresceram tentando burlar a censura do governo, contrabandeando posters, tapes e vídeos de Michael Jackson, e agora encontram um público global por meio do Twitter. A gente vê isso também entre os jovens americanos, que estão interessados em conteúdo produzido na Ásia (mangá vende quatro vezes mais que os quadrinhos americanos no mercado dos EUA; anime é hoje um dos principais produtos de exportação do Japão; há sinais de que os dramas coreanos e chineses estão começando a ter um impacto semelhante via acesso online), conteúdo produzido na América Latina (um enorme interesse em telenovelas) e por aí vai. Assim, os jovens vão se conectando com fãs nos próprios países em que esses conteúdos são produzidos. E isso tem potencial para expandir a consciência global. O interesse do público supera largamente a capacidade ou disposição dos meios dominantes de oferecer esse material. Então os canais alternativos vão ocupando o espaço. Menos de 24 horas depois de ir ao ar nos Estados Unidos, um episódio do programa televisivo *Prison Break* é traduzido por amadores para diversas línguas asiáticas e aparece em torrentes nos países da Orla do Pacífico. Com a mesma rapidez, uma série de desenhos animados aparece na televisão japonesa e chega às casas de adolescents americanos. Recentemente, um vídeo com a vencedora de um programa da televisão ucraniana apareceu no YouTube e foi visto mais de 2 milhões de vezes. As pessoas passam para a família e os amigos aquilo que encontram de interessante. A maioria dos americanos, eu arrisco dizer, nunca tinha visto televisão ucraniana. Mas eles resolveram dar uma olhada, porque o material estava disponível gratuitamente e circulando livremente. Isso põe em destaque uma grande questão: Devemos nos preocupar com acesso cultural (o fluxo de idéias e expressões através de fronteiras nacionais) ou viabilidade econômica (o lucro que os países produtores de mídia podem ter nos mercados americanos)? Ambos estão mudando, mas certamente existe maior fluidez no nível cultural que no nível comercial. Em todo o mundo, os artistas estão perdendo controle sobre a circulação de seus conteúdos e, provavelmente, perdendo também a base econômica que dá apoio a suas produções. Mas a gente poderia argumentar que, em muitos casos, esse conteúdo está circulando em mercados que estariam fechados para eles de qualquer maneira. E é possível que, ao expor os consumidores a novos gêneros de produção cultural, esses artistas terminem também adquirindo um público pagante.

**No ano passado, você e David Bordwell tiveram um debate sobre narrativas transmidiáticas, que foi postado no seu blog. Algumas histórias começam na tela de cinema, por exemplo, continuam num videogame e terminam fazendo o caminho de volta para o meio cinematográfico. A idéia de narrativas transmidiáticas, no entanto, dificulta a aplicação de critérios formais à análise de experiências culturais específicas, motivo pelo qual Bordwell parece defender formas mais tradicionais de narrativa. Quais são alguns dos critérios estéticos que você utiliza para analisar uma experiência que envolve diferentes plataformas midiáticas?**

Uma das matérias que eu ensino na University of Southern California é sobre entretenimento transmidiático. A análise minuciosa de textos e as conversas com produtores de mídia sobre seus processos criativos e sobre públicos transmidiáticos vêm aguçando minha atenção para essas questões. Eu agora acredito que é possível mapear alguns pontos fundamentais da estética transmidiática. O primeiro seria uma mudança de foco; a ênfase recai não sobre personagens individuais e suas histórias, mas sobre formas cada vez mais complexas de construção de mundos. O segundo seria a expansão das formas tradicionais de serialidade que distribuem a informação narrativa por várias parcelas de conteúdo. Os seriados tradicionais se desenvolviam através de uma única mídia, oferecendo meios de orientação para os espectadores, mesmo quando havia aqueles “buracos” que aumentavam nosso interesse na história. Os novos seriados se desenvolverão através de múltiplas plataformas midiáticas, permitindo a conexão de vários elementos, com um fluxo menos linear de informação, criando um espaço no qual poderemos partilhar com outros usuários aquilo que encontrarmos. Em terceiro lugar, há um foco em múltiplos planos ou múltiplas formas de subjetividade, em que, da mesma forma que acontece com as soap operas, nos envolvemos com a história por meio das perspectivas de vários personagens, que por sua vez refletem valores e situações sociais diferentes. Pense, por exemplo, naquilo que as extensões transmidiáticas fazem. Elas oferecem mais informação e a oportunidade de explorar mais plenamente os mundos ficcionais. Permitem o engajamento com histórias de pano de fundo ou realçam o impacto a longo prazo dos eventos narrativos. Ou ainda redirecionam o foco em torno das perspectivas de personagens secundários ou periféricos, retornando à “nave-mãe” com um novo quadro de referência. Neste momento, estamos ainda mapeando o território, identificando dispositivos formais e modos narrativos que funcionam num ambiente transmidiático, esbarrando ocasionalmente em exemplos que contêm grande força emocional ou complexidade cognitiva. Existem pessoas monitorando os experimentos e refinando a arte. Entre elas estão os artistas

que vão levar as transmídias ao próximo nível. E também os consumidores, que vão acompanhar esses artistas e ajudá-los a realizar plenamente o seu potencial.

**Quando li sua discussão com David Bordwell, eu pensei nas repercussões da convergência midiática para as disciplinas acadêmicas tradicionais. De certa forma, a resposta de Bordwell à noção de narrativa transmidiática sugere uma preocupação com o status e a autonomia de uma disciplina específica—os estudos de cinema. Revela um desejo de tratar o cinema como cinema. Qual o papel das disciplinas acadêmicas tradicionais no mundo da convergência midiática?**

Você não está sendo muito justo com David Bordwell, um pesquisador bastante envolvido com as questões intelectuais levantadas pelas narrativas transmidiáticas. O que Bordwell argumentou foi que a indústria hollywoodiana é conservadora e usa práticas transmidiáticas de formas relativamente triviais, mais voltadas para o marketing do que para a narrativa. Ele certamente discordaria da idéia de transformar todos os filmes em “naves-mães” para franquias transmidiáticas. Eu também. Acredito que é necessário um estudo criterioso para saber quando as práticas transmidiáticas são esteticamente gratificantes e quando são um beco sem saída. As divergências entre nós dois não são muito significativas. Eu gostei bastante da oportunidade de discutir com um pesquisador de primeira linha. Por trás da nossa discussão havia um enorme grau de respeito mútuo. De outra forma, não valeria a pena. Mas a questão maior sobre o impacto nas disciplinas é de grande importância. Eu não sei se as configurações de conhecimento que emergiram no final da era industrial – nosso conjunto atual de disciplinas – sobreviverão por muito tempo na era da informação. Já estamos vendo uma significativa reconfiguração dos campos de conhecimento, estamos vendo alunos chegando às universidades com projetos intelectuais que simplesmente não cabem em disciplinas individuais, que exigem trânsito entre cursos diferentes, semelhante ao que acontecerá em suas vidas profissionais. Os currículos de nossas universidades tentam desesperadamente disciplinar esses alunos, forçando-os a ocupar categorias específicas. Eu diria, porém, que isso acarreta prejuízo tanto para os indivíduos envolvidos quanto para a sociedade como um todo. Precisamos explorar conexões entre nossos campos de conhecimento para melhor utilizar o potencial da nova paisagem midiática e enfrentar os desafios da vida no século 21. Precisamos liberar nossas mentes, absorver o maior número possível de métodos de investigação e corpos de conhecimento. Assim poderemos reconfigurar o conhecimento, aprendendo a colaborar através de fronteiras profissionais e disciplinares. Em resumo,



precisamos abraçar um sistema educacional de convergência para que possamos navegar por um ambiente de informação também convergido.