

CIBERCULTURA

Género chat

O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio

Joan Mayans i Planells

Creación colectiva

En Internet el creador es el público

David Casacuberta

Me llamo Kohfain

Identidad hacker: una aproximación antropológica

Pau Contreras

Internet, la imprenta del siglo XXI

Alejandro Piscitelli

Hacer clic

Hacia una sociocienética de las interacciones digitales

Carlos Scolari

Multitudes inteligentes

Howard Rheingold

La quinta columna digital

Autitarado comunal de hiperpolítica

Cibergolem

Memoria y conocimiento

Sobre los destinos del saber en la perspectiva digital

Tomás Maldonado

Cultura Ram

Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica

José Luis Brea

Ontología cyborg

El cuerpo en la nueva sociedad tecnológica

Teresa Aguilar García

HIPERMEDIACIONES

*Elementos para una Teoría de
la Comunicación Digital Interactiva*

Carlos Scolari

gedisa
editorial

© Carlos Seoñari, 2008

Imagen de cubierta: Carlos Seoñari

Primera edición: septiembre de 2008, Barcelona

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano

© Editorial Gedisa, S.A.
Avenida Tibidabo, 12, 3º
08022 Barcelona, España
Tel. 93 253 09 04
Fax 93 253 09 05
Correo electrónico: gedisa@gedisa.com
<http://www.gedisa.com>

ISBN: 978-84-9784-273-0
ISBN eBook: 978-84-9784-273-0
Depósito legal: B. 38474-2008

Impreso por Publidisa

Impreso en España
Printed in Spain

Queda prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio de impresión, en forma idéntica, extractada o modificada, en castellano o en cualquier otro idioma.

Índice

Presentación	13
Introducción. Des-haciendo teorías	21
PRIMERA PARTE: El saber comunicacional	29
1. Teoría y comunicación frente al fantasma digital	31
1.1. Hablar las teorías de la comunicación	33
1.1.1. Organizar las conversaciones del campo comunicacional ..	34
1.2. ¿Una mirada comunicacional?	43
1.2.1. Entre cientificismo y ensayismo	43
1.2.2. Una semiósfera posbabélica	50
1.2.3. Síntomas de una crisis	55
1.2.4. Últimas imágenes del naufragio: los modelos	58
1.3. La mirada transdisciplinaria: ¿un mito posmoderno?	60
1.3.1. Un campo conversacional centrífugo	65
2. De los nuevos medios a las hipermediaciones	69
2.1. Construir el objeto	72
2.1.1. <i>The new thing</i>	72
2.1.2. Digitalizaciones	80
2.1.3. Hipertextualidades	83

Hacia una teoría de las hipermediaciones

8.1. Las nuevas subjetividades espaciotemporales

Si en la primera parte reconstruimos el campo semántico desde el cual es posible hablar de las hipermediaciones, y en la segunda las analizamos desde la perspectiva de su proceso social de producción, ahora dejaremos caer algunas reflexiones sobre cómo esas hipermediaciones nos producen. No viene mal recordar, ya casi al final de nuestro recorrido, la frase de McLuhan presente en el prólogo de este libro: «Primero modelamos nuestros instrumentos, después ellos nos modelan a nosotros». Cada época genera sus tecnologías, que a su vez contribuyen a definir ese momento histórico. Sostener que las tecnologías nos modelan puede sonar determinista. Por ese motivo en este texto hemos apostado fuerte por la metáfora del ecosistema y por algunas categorías (como *coevolución*) que nos llevan más allá de las lógicas dualistas. En el capítulo 7 hemos reafirmado esta visión poético-co-contractual de las relaciones entre los sujetos y los objetos tecnológicos.

Las tecnologías no sólo transforman al mundo sino que también influyen en la percepción que los sujetos tienen de ese mundo. Si el siglo XVIII latió al ritmo del reloj y el siglo XIX marchó al calor de la máquina de vapor, el siglo XXI navega en el mar digital. Y si los científicos del siglo del

reloj imaginaron al universo como un perfecto mecanismo sincronizado, los investigadores e intelectuales más avanzados de la sociedad digital no se cansan de envolvernos en redes cargadas de una caótica complejidad (Kelly, 1995; Varela, 1996; Lévy, 1996; Huberman, 2001; Johnson, 2002; Barabasi, 2003; Watts, 2004; Piscitelli, 2005a). Ahí donde los newtonianos veían la realidad filtrada por un cronómetro, los ciberfilósofos descubren fenómenos emergentes autoorganizados.

Durante la Antigüedad el tiempo estaba integrado en la naturaleza y aparecía como una parte tangible de la realidad, lejana de cualquier tipo de formulación abstracta. El tiempo, por entonces, era un fenómeno biológico vinculado al ciclo de los eventos naturales: la salida y puesta del sol, la llegada del verano, el día más corto del año, la sucesión de estaciones, el nacimiento y la muerte. Esta concepción cíclica del tiempo marcó las actividades de la humanidad durante siglos. La invención del reloj mecánico en el siglo XVII abrió las puertas de una nueva dimensión temporal: el tiempo abstracto y lineal de la Modernidad. Los sujetos dejaron de seguir el ritmo de la naturaleza o el repicar de las campanas medievales para organizar sus vidas a partir del *tic tac* mecánico de las máquinas. De esta manera el tiempo pasó a ser un bien que podía ser consumido, fragmentado, comprado o vendido. Esta concepción, nacida en la Europa moderna, se ha ido difundiendo en todas las sociedades —de la ciudad al campo, de Occidente a Oriente, del norte al sur—, las cuales dejaron progresivamente de mirar hacia el sol para fijar su atención en las manecillas de los relojes.

Pero el tiempo siempre va de la mano del espacio. La invención del cronómetro a mediados del siglo XVIII permitió mejorar la calidad de los mapas y optimizar las rutas marítimas. La proyección de Mercator dividió al mundo en husos horarios. Así, el tiempo se convirtió en una dimensión global que se oponía al tiempo local vivido por las diferentes culturas en sus propios territorios.

Las tecnologías modifican la subjetividad relativa al tiempo y el espacio. La percepción de la distancia en el Imperio Romano era distinta a la del siglo XIX: cien kilómetros a caballo o a pie no son iguales que cien kilómetros en tren. Los medios de comunicación incrementaron esta condensación espacial gracias a las transmisiones que atraviesan el planeta cabalgando las ondas electromagnéticas. Algo parecido sucede con el tiempo.

Enviar una carta por correo en el siglo XIX implicaba esperar su respuesta durante varias semanas o meses. Los habitantes del siglo de las comunicaciones eléctricas se acostumbraron a recibir respuestas a sus telegramas en pocas horas... hasta que se perfeccionó el teléfono. La radio y la televisión acrecentaron esta condensación temporal por medio de las transmisiones en directo.

Un evento histórico sintetiza ambas tendencias —nos referimos a la inmediatez temporal y a la condensación espacial—: la transmisión en directo y mundial del descenso sobre la superficie lunar de Neil Armstrong en julio del 1969. Marshall McLuhan, inspirado por su maestro Harold Innis, fue el teórico que en su momento mejor intuyó estas transformaciones, dando los primeros pequeños grandes pasos en el estudio de las nuevas espaciotemporalidades.

Con las tecnologías digitales parecería que los viejos espacios se reducen y que las agujas del reloj giraran más rápido. Estas mutaciones afectan a las oposiciones y diferencias que fundan nuestro sistema de significación cultural. Así como el concepto de distancia (cerca/lejos, centro/periferia) ha ido variando en cada período histórico según las tecnologías que modelaban la percepción, también la oposición privado/público ha sufrido transformaciones por la irrupción de las tecnologías digitales. En Occidente, el sistema político moderno está atravesado por la división entre lo público —el Estado, la plaza, el mercado— y lo privado —el hogar, la familia—. Esta frontera se ha visto modificada a lo largo de la historia por la llegada de tecnologías del hogar (ventanas, jardines), tecnologías en el hogar (radio, televisión, internet) o tecnologías fuera del hogar (automóvil) (Shapiro, 1998: 276). Recordemos que estos límites separan lo interior de lo exterior pero que al mismo tiempo son permeables y permiten el intercambio. Las tecnologías electrónicas de difusión —primero la radio y después la televisión— llevaron algo del exterior a los hogares, reduciendo la necesidad de salir del mundo familiar. Otras tecnologías como el teléfono son bidireccionales y se caracterizan por incorporar algo del mundo exterior pero, al mismo tiempo, por sacar algo del ámbito privado. La web, al permitir no sólo la comunicación bidireccional sino también la constitución de comunidades virtuales, está desplazando los límites entre lo público y lo privado, superponiendo espacios individuales y colectivos.

8.1.1. El espacio de las hipermediaciones

El término *ciberespacio* apareció por primera vez en la novela de ciencia ficción *Neuromancer* (1984) de William Gibson. El escritor *cyberpunk* tuvo la feliz intuición de describir la red digital por medio de una metáfora espacial. Y las metáforas, cuando funcionan, se vuelven transparentes y quedan a disposición de toda la comunidad de hablantes. Los pioneros de la revolución digital y las primeras comunidades virtuales —como la californiana The WELL— se apropiaron del juego retórico de Gibson y conjugaron la metáfora espacial de diferentes maneras. La denominación de instituciones como la Electronic Frontier Foundation ya nos orienta hacia una determinada concepción del espacio digital: un mundo salvaje, anterior a la civilización, que debe ser explorado (y, por qué no, explotado). Otras derivaciones posibles de la metáfora espacial nos llevan a ver el ciberespacio como un paraíso —un lugar habitado por seres inmateriales, donde todos somos iguales y felices— o como un espacio-otro de tipo no euclidiano, opuesto al newtoniano (Mihalache, 2002).

Coyne (1995) propone ver al ciberespacio simultáneamente como un mundo, un espacio y un lugar. En una primera lectura, el ciberespacio aparece como un *mundo* subsidiario del mundo real donde viven comunidades y que está regido por sus propias leyes matemáticas. Si en el espacio real la distancia entre dos puntos está dada por su mayor o menor cercanía, en el *espacio* virtual se vincula al número de nudos de la red que el usuario debe atravesar para llegar a un punto. Otros autores (Mihalache, 2002) consideran irrelevante el uso de la idea de *distancia* dentro del ciberespacio: donde no existe una localización física de la información, las posiciones son puramente simbólicas. Esta segunda concepción se refuerza por la existencia de páginas webs dinámicas —como los weblogs— donde los elementos que las componen suelen provenir de varios servidores esparcidos por el mundo. Sin embargo, si analizamos un sitio estándar —construido a partir de una página inicial y con una estructura jerárquica de contenidos— el concepto de *distancia* se vuelve pertinente, ya que nos sirve para indicar la cantidad de clics que separan a un contenido determinado de la página inicial.

Finalmente, si consideramos al ciberespacio como un *lugar* donde pasan cosas (los usuarios chatean, navegan, juegan, reciben y envían e-mails, et-

cétera) estamos obligados a incorporar la dimensión temporal que esas actividades implican. La búsqueda de una información dentro de un sitio o una compra en línea son actividades tiempo-dependientes. Según Mihalache, «un sitio web no es simplemente un punto en el espacio, sino una síntesis temporal-espacial que podemos llamar un "lugar". Un lugar es un espacio más su experiencia [...]» (2002: 297). El encuentro entre ese lugar y una subjetividad genera un evento, o sea, una secuencia de movimientos significantes.¹

Este espacio resignificado donde se asientan comunidades virtuales y la distancia se mide en clics es el lugar donde nacen y evolucionan las nuevas formas de comunicación. Cuando definimos a las hipermediaciones como una trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular, lo hacemos pensando en este espacio. Pero el espacio de las hipermediaciones es particular: se presenta como un agujero negro que atrae a los medios masivos, los absorbe e integra dentro de su propio dispositivo intertextual de contaminación.

Las interfaces —esa zona de frontera o membrana osmótica que separa y al mismo tiempo une dos entidades— son la cara visible de las hipermediaciones, el lugar donde se producen los intercambios entre sujetos y dispositivos. En ellas se desarrolla la conversación globalizada de los bloggers, se intercambian contenidos P2P y se enfrentan ejércitos virtuales comandados por jóvenes videojugadores. Precisamente ahí las subjetividades, al interactuar con los sistemas informáticos o con otras subjetividades, terminan generando los eventos que menciona Mihalache.

Pero los espacios no son compartimentos estancos, ya que también forman parte de esa trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que caracteriza a las hipermediaciones. Los procesos de hipermediación nacen en el espacio virtual pero sus efectos van mucho más allá. Su influencia se

1. La mejor manera de representar gráficamente esta idea es visitar la web del proyecto Anemone (<http://acg.media.mit.edu/people/fry/anemone>) desarrollado por Ben Fry en el MIT. Estas interfaces orgánicas nos permiten tener una visión en tiempo real de la actividad de un sitio. Lugar y espacio, interacciones y red, experiencia individual y colectiva, todo combinado para crear un evento.

deja sentir en otros lugares, por ejemplo en los medios tradicionales impresos o electrónicos, los cuales apuestan —dentro de sus limitaciones tecnológicas— a simular las formas hipermediáticas. Si en las interfaces digitales e interactivas pasan muchas cosas al mismo tiempo, entonces la pantalla televisiva se fragmenta para generar un efecto de simultaneidad. En este sentido los hipermedios son como un big bang, dado que reenvían sus formas estéticas hacia todos los confines del ecosistema cultural, influyendo así en todo lo que está a su alcance.

8.1.2. El tiempo de las hipermediaciones

Etimológicamente la palabra *tiempo* proviene del latín *tempus*, la cual a su vez deriva del griego *temno* que significa *separar, dividir, sección, período, época*. Otros filólogos la hacen derivar del sánscrito *tapas* que significa *templado, atmósfera*. El tiempo como duración pero al mismo tiempo como ambiente. Si en el siglo XVIII la sociedad respiraba al compás del cronómetro mecánico, ahora los eventos laten al ritmo de los flujos de datos que atraviesan la red digital.

Según Rifkin los ordenadores —una tecnología que, entre otras cosas, nos ofreció en la segunda mitad del siglo XX un modelo para describir el funcionamiento del cerebro humano— «están cambiando la manera de conceptualizar el tiempo y, en el mismo proceso, la manera de pensarlos a nosotros mismos y al mundo que nos rodea» (en Lee y Whitley, 2002: 236). Para Hongladarom (2002: 241), las tecnologías de la información y la comunicación «están introduciendo cambios en la concepción del tiempo, una transformación tan significativa como la que trajo aparejada la era moderna». Esta nueva concepción se caracteriza por disolver la separación entre un tiempo local y un tiempo global. El tiempo ahora deja de existir «como estructura lineal, monolítica, como era en la época de los trenes y el telégrafo [...] (para) existir en diferentes niveles». Y Bolter (1984: 100) reafirma: «Nuestra apreciación y nuestra evaluación del paso del tiempo está cambiando en la era de los ordenadores». Si en la sociedad modelada por los medios electrónicos tiempo y espacio se condensaban, las nuevas formas de comunicación digital los retuercen sobre sí mismos hasta formar una especie de cinta de Moebius —o algo parecido a un cuadro de Escher— que termina por redefinir nuestras percepciones.

Apenas hemos mencionado la tensión entre el tiempo global y el tiempo local. La llegada de internet incrementó esta oposición, difundiendo aún más una percepción global de la dimensión temporal. Por ejemplo el NTP (Net Time Protocol) permite que los ordenadores sincronicen su reloj interior con el de los servidores, haciendo que el tiempo de la máquina —y el de su usuario— adquieran una mayor autonomía respecto al lugar en que se encuentra físicamente. Por otro lado, sabemos que a pesar de la presión globalizadora el tiempo local sigue siendo un elemento constitutivo de la vivencia cotidiana de los sujetos, ya que numerosas actividades religiosas, culturales e incluso económicas —como la agricultura— se rigen por los viejos tiempos. Roland Robertson ha creado, en 1995, el concepto de *glocalización* para definir esta convivencia crítica de dos tendencias opuestas. Entonces... ¿es posible un tiempo glocal? Para el tailandés Hongladarom, la respuesta es afirmativa:

No es necesario que haya conflictos entre el uso simultáneo del tiempo global y el tiempo local. Los tailandeses pueden comprar sus stocks en la Bolsa en el tiempo global e ir al templo budista con su tradicional tiempo local [...] Es posible mantener la identidad temporal local por medio del uso de internet. Si bien la red es un agente globalizador, también es, al mismo tiempo, un agente localizador» (2002: 248).

Si el tiempo de la Antigüedad podía ser representado por un círculo y el tiempo moderno por una flecha dirigida al futuro, según Hongladarom en la era digital el tiempo adopta la forma de una red. Ahora el tiempo está compuesto por una multitud de vectores moviéndose en diferentes direcciones.

Del diccionario etimológico pasamos a la enciclopedia. Condensación, tiempo real, simultaneidad, instantaneidad, discontinuidad... son sólo algunos de los satélites que orbitan alrededor del planeta Tiempo Digital. Algunos autores como Lee y Whitley (2002), editores del volumen monográfico de la revista *The Information Society* titulado *Time and Information Technology: Temporal Impacts on Individuals, Organizations, and Society*, recogen algunas categorías útiles para enriquecer nuestra comprensión de la temporalidad de la sociedad digital. Por ejemplo, la oposición entre monocronicidad y policronicidad trabajada por Hall en la década de los se-

senta. El tiempo monocrónico (*monochronic*) se caracteriza por ser lineal, tangible y divisible en bloques, tal como se considera desde una perspectiva económica. El uso del tiempo monocrónico resalta la planificación, la fijación de calendarios y considera significativo el empeño aplicado en respetar los tiempos previstos. El tiempo policrónico (*polychronic*) se verifica cuando dos o más actividades se desarrollan dentro del mismo bloque de tiempo. Si bien el capitalismo tradicional favorecía el trabajo monocrónico —no podemos dejar de recordar las imágenes de Charles Chaplin en la cadena de montaje de *Tiempos modernos* (1936)—, actualmente se considera que el *output* del trabajo policrónico es muy superior al de las actividades monocrónicas. Las tecnologías digitales potenciarían la realización simultánea de múltiples tareas (policronicidad), instaurando de hecho un *multitasking* en las actividades humanas individuales o de grupo.

A diferencia de un trabajador del siglo XIX, sumergido todo el día en la misma y rutinaria tarea, la sociedad digital se caracteriza por construir una geografía del tiempo muy variada. Cuanto más se vinculan las prácticas profesionales al entorno productivo digitalizado, más se fragmentan y recombinan. Algunos de los estudios recopilados por Lee y Whitley (2002: 238) nos hablan de la «creciente complejidad y de la naturaleza policrónica del trabajo de desarrollo de software», una profesión donde «el individuo trabaja a lo largo del día en una amplia gama de proyectos y diferentes actividades». Durante la jornada laboral el trabajador construye y participa en variados espacios sociales que le permiten gestionar un flujo de trabajo fragmentado. La férrea disciplina temporal impuesta a sus trabajadores por el capitalismo industrial sucumbe frente al desafío planteado por el ciber-tiempo. Así, surgen nuevos regímenes de gestión del tiempo (*time management regimes*) y formas organizativas como las comunidades virtuales. Según Lee y Whitley, «las disciplinas temporales rígidas dejarán de ser las herramientas más efectivas para gestionar y controlar a los empleados en ambientes virtuales de trabajo, y existen interesantes áreas de investigación como los ritmos de las prácticas laborales, especialmente en sectores como el desarrollo de software, donde la naturaleza del trabajo ofrece la posibilidad de generar prácticas policrónicas» (ibíd.: 239). Esta perturbación en el orden secuencial de los fenómenos pertenece al dominio del *timeless time* teorizado por Castells (1996-1998), una dimensión donde gobierna la ins-

tantaneidad y la discontinuidad se introduce de manera aleatoria en lo secuencial.

El tiempo de las hipermediaciones también es policrónico, reticular y discontinuo. Como ya dijimos, la idea de una aldea global viendo a la misma hora el mismo programa de televisión se vuelve cada vez más insostenible. Si la producción y la distribución hipermediática están adoptando lógicas que desmontan los ritmos de la línea de montaje industrializada —un diario en línea no tiene hora de cierre, el «posteo» por parte de las comunidades globalizadas de bloggers no se detiene, Flickr o YouTube nunca duermen—, el consumo hipermediático se fragmenta en millones de situaciones asincrónicas. Es probable que la frase «no se pierda el próximo episodio, a la misma hora, en el mismo canal» no tenga sentido para nuestros nietos.

8.1.3. La ubicuidad de las hipermediaciones

La difusión de tecnologías móviles de comunicación está transformando nuestras percepciones del tiempo y el espacio. Al analizar estas mutaciones, entre otras imágenes e interpretaciones, en la minipantalla de nuestros dispositivos móviles se superponen el concepto McLuhaniano de prótesis y los estudios culturales sobre la difusión del walkman en los años ochenta. Si tomamos distancia, la incorporación de estas prótesis en nuestros cuerpos puede ser considerada como una fase más de un largo proceso que comienza con las pequeñas radios con transistores en la década de los sesenta, continúa con el walkman —la prótesis por excelencia de la cultura posmoderna— y se afianza con la telefonía móvil, los reproductores MP3 y los ordenadores portátiles en los albores del siglo XXI.

Un trabajo de carácter etnográfico desarrollado en la Universidad de Surrey (Green, 2002) nos permite pasar revista a algunas de las modificaciones perceptivas que genera la introducción de estas tecnologías en nuestra vida cotidiana. Según Green, «las tecnologías dominantes de un período histórico definen su organización temporal y su comprensión cultural» (ibíd.: 282). Si en los años sesenta Marshall McLuhan dedicaba algunas de sus mejores páginas al teléfono —un «irresistible intruso» en el tiempo y el espacio— y una década más tarde Raymond Williams (2000:

productivas. Si bien el *broadcasting* todavía es el principal modelo de la industria cultural, la combinación entre la filosofía del código abierto con la distribución muchos-a-muchos está introduciendo transformaciones en las mismas bases del sistema de medios. Una vez más, las mutaciones más interesantes se están produciendo en las fronteras del ecosistema hipermediático, es decir, en las zonas de transición entre lo nuevo y lo viejo. Durante el ataque terrorista a Londres (7 de julio de 2005) la producción participativa de contenidos se combinó con la práctica periodística tradicional: muchas publicaciones en línea, telenoticieros y diarios impresos ilustraron los atentados con imágenes tomadas por las mismas víctimas. Los weblogs y los SMS fueron una de las mejores y más rápidas fuentes de información durante esas trágicas horas. Estas experiencias comunicativas, por ahora marginales pero no por eso menos importantes, difícilmente aniquilarán a las formas uno-a-muchos pero irán ocupando paulatinamente su lugar en el ecosistema hipermediático, donde terminarán por modificar a las lógicas tradicionales de producción y distribución. A modo de ejemplo podemos indicar que tanto en el ámbito de la televisión como en los de la web y la telefonía móvil ya se plantean estrategias de negocios basadas en los contenidos generados por el usuario.

En la última década los procesos de producción comunicativa han incorporado nuevos perfiles profesionales y, al mismo tiempo, han rediseñando las funciones de los roles tradicionales. Desde el momento en que la comunicación se vuelve interactiva y multimedia, la fuerza de trabajo cambia y se generan nuevas rutinas productivas. Por ejemplo el clásico diseñador gráfico no tiene las competencias para analizar, desarrollar y evaluar interfaces interactivas; esta tarea entra en la esfera del diseñador interactivo (*interaction designer*), una nueva figura profesional que se encarga de proyectar las interacciones del usuario dentro de una red hipertextual. Lo mismo se puede decir del arquitecto de la información, el superusuario o el moderador de comunidades virtuales. Al mismo tiempo, figuras tradicionales como la del periodista están sufriendo transformaciones que los llevan a convertirse en productores/gestores polivalentes de la información en diferentes soportes y formatos. Finalmente, otra característica de la fuerza de trabajo digital es la necesidad de autoformarse y mantener sus competencias actualizadas. Una teoría de las hipermediaciones debería to-

mar nota de estos cambios e incorporarlos en su agenda de investigación. El diálogo con una todavía inexistente economía política de la comunicación digital y la sociología del trabajo posfordista debería ser una de las prioridades de aquel campo de estudios.

Pero no sólo cambia el proceso de producción: el producto también es diferente. Las hipermediaciones se caracterizan por generar metaproductos que combinan los lenguajes y medios tradicionales dentro de un formato interactivo. La hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son algunos de los rasgos distintivos de esta producción.

Hoy, las extraordinarias ideas de Vannevar Bush, Douglas Engelbart, Ted Nelson y Tim Berners Lee sobre la hipertextualidad forman parte de la experiencia cotidiana de millones de usuarios. Navegar en una red textual, crear enlaces o participar en experiencias de escritura participativa han dejado de ser actividades de laboratorio para convertirse en procesos básicos de nuestras rutinas laborales, escolares o lúdicas. Como vimos, también los medios tradicionales han caído en las redes del hipertexto, lo que ha conducido a una simulación de la experiencia hipertextual. La fragmentación del relato y la pantalla, el ritmo acelerado y el desarrollo de estructuras narrativas cada vez más complejas son algunas de las características de la que hemos denominado *hipertelevisión*. Para comprender las hipertextualidades, junto a una ya consolidada teoría del hipertexto, una teoría de las hipermediaciones debería integrar aportaciones de la semiótica, la narratología, la literatura, la filosofía del lenguaje y las teorías de las redes.

La convergencia de diferentes lenguajes y medios en un único entorno es otro de los rasgos distintivos de las hipermediaciones. Los pioneros del hipertexto siempre apostaron por un sistema donde confluyera todo tipo de documentos (escritos, gráficos, etcétera). La digitalización, además de facilitar la manipulación de los contenidos, está favoreciendo la integración de todas las pantallas —la del televisor, la del teléfono móvil o la del ordenador portátil— al permitir que un mismo contenido multimedia pueda aparecer, en formatos diferentes, en cualquiera de ellas. También en este caso las conversaciones con la semiótica, los *film studies* o la narratología servirían para consolidar una teoría de las hipermediaciones.

La interactividad abre un campo de interlocución inédito para los estudios de comunicación. Por un lado las interacciones digitales nos obligan a

reflexionar sobre nuestra concepción de interacción con los medios masivos. Navegar por internet o moverse por los pasillos de *Doom* no es lo mismo que hacer *zapping* o pasar la página de un libro: el sentido de inmersión y las consecuencias de las acciones son radicalmente diferentes. A interlocutores clásicos como la semiótica o los estudios culturales, una teoría de las hipermediaciones debería agregar el diálogo con los estudios de la interacción persona-ordenador, un campo donde se integran las ciencias cognitivas con la psicología de la percepción y, en estos últimos años, la etnografía.

Si en la época de la reproducción técnica había un número limitado de copias en circulación y el lector debía esperar a que el producto estuviera disponible en una librería para poder consumirlo, y en el modelo del *broad-casting* el receptor estaba condenado a la oferta de la programación televisiva, en este momento de la evolución del ecosistema mediático los bienes culturales dejaron de ser discretos. Gracias a la digitalización todo es reproducible y tiende a estar disponible en cualquier momento. Hasta la idea benjaminiana de obra original rodeada de un aura entra en crisis: en el mundo digital todo es original y, al mismo tiempo, todo es copia perfecta.

Para entender las hipermediaciones debemos ir más allá del proceso de producción o de las nuevas textualidades: debemos entrar de lleno en las nuevas dinámicas de consumo. Las hipermediaciones traen consigo nuevas modalidades interpretativas. Esta mutación se debería encuadrar dentro de un movimiento más amplio que conduce desde las prácticas de lectura intensivas a las extensivas (Cavalló y Chartier, 1998). Las lecturas intensivas son profundas y se centran en un medio cada vez (leer un libro, ver una película, escuchar un disco) mientras que las extensivas son más superficiales y se caracterizan por un consumo multimedia. Hoy el *surfing* por internet es una de las experiencias más evidentes de lectura extensiva.

Las tecnologías nunca son utilizadas como imaginaron sus creadores. Su evolución está sometida a la dialéctica entre diseñadores y usuarios en el contexto de una red sociotécnica. Las tecnologías digitales, al diluir la separación entre consumidores y productores, hacen estallar el modelo de los medios masivos de comunicación. El concepto de *audiencia* elaborado por las teorías de la comunicación de masas cada día pierde algo de su sentido en entornos digitales marcados por la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico y el intercambio muchos-a-muchos.

Las tecnologías participativas profundizan aún más este proceso al ofrecer al usuario la posibilidad de crear y distribuir sus propios contenidos. Una teoría de las hipermediaciones debería reflexionar sobre el concepto de *audiencia* y evaluar posibles alternativas conceptuales para nombrar a estas comunidades de *prosumidores* en red.

Otro dato importante que emerge del consumo hipermediático es eminentemente político: los teóricos del hipertexto coinciden en señalar que la división entre autor y lector tiende a desaparecer. Si la primera generación de hipertextos transfirió poder del autor al lector, ahora los nuevos formatos participativos están socializando la producción y el consumo de contenidos. Estas prácticas —todavía marginales pero, como dijimos, con creciente influencia sobre el resto de la ecología mediática— pueden ser analizadas desde diversas perspectivas. Los estudios culturales, la antropología y la sociología tienen una larga tradición en el estudio de los procesos de consumo cultural; este capital teórico y metodológico se debería aprovechar a la hora de analizar cómo se construye el significado en entornos interactivos caracterizados por la convergencia de lenguajes. En este contexto los estudios sobre las audiencias —por ejemplo la teoría de los usos y gratificaciones—, los trabajos latinoamericanos sobre las mediaciones y las teorías de la recepción se deberían adaptar para poder analizar el consumo de los medios interactivos. Finalmente, no podemos dejar de mencionar las miradas teóricas que analizan los procesos de consumo desde una perspectiva macrosocial, dando lugar a un enfoque que privilegia la construcción social de la tecnología.

Todas estas conversaciones —algunas ya consolidadas, otras recién comenzadas y las que puedan llegar en el futuro— van delineando el territorio de una teoría de las hipermediaciones. Para visualizar mejor este espacio epistemológico proponemos un mapa donde se indican sus territorios limítrofes y los organizaremos en función de su relación con la tradición de los estudios de la comunicación de masas (en el ángulo superior izquierdo) y con los nuevos paradigmas y teorías aledaños a las *ciberculturas* (ángulo inferior derecho). De esta forma el eje *continuidad/discontinuidad* nos sirve para ordenar las conversaciones que tienen como *copartícipe* —y ayudan a delimitar— a las hipermediaciones. Este mapa es obviamente un primer borrador de un campo en construcción que no

pretende agotar el espectro de posibles diálogos sobre las hipermediaciones (véase la figura 8.1).

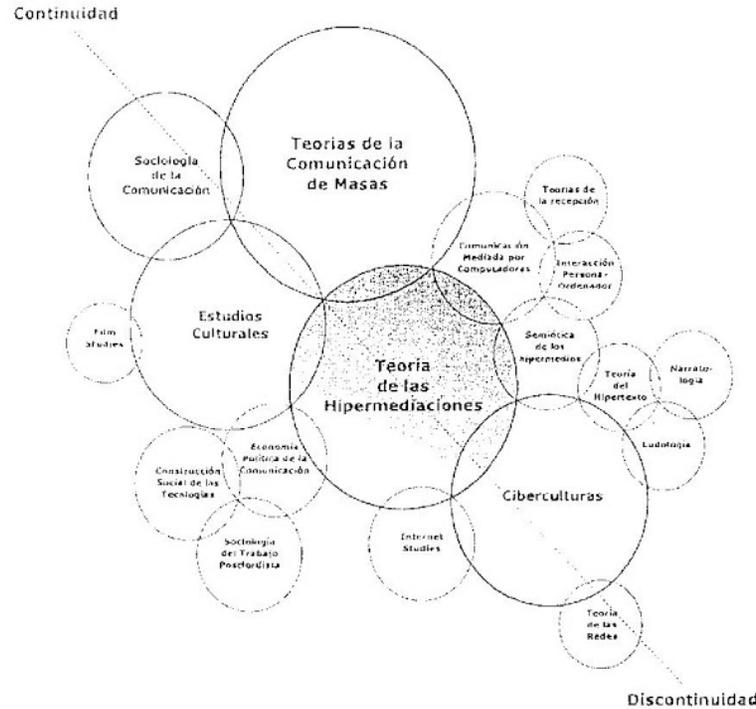


Figura 8.1

Las conversaciones que delimitan la teoría de las hipermediaciones

Ya casi al final de nuestro recorrido, nos interesa remarcar el carácter provisional que tienen algunos de los conceptos que hemos empleado en las páginas precedentes. ¿Es correcto hablar de *hipertelevisión*? ¿Puede ser de utilidad el concepto de *hipermediación*? ¿Hasta cuándo el adjetivo *digital* nos servirá para diferenciar a las nuevas formas de comunicación? Reconocer la existencia de un espacio de inestabilidad semántica y asumirla en

nuestras conversaciones forma parte de nuestra responsabilidad en tanto investigadores de la comunicación. Pero sin duda, como hemos tratado de demostrar en la primera parte de este libro, el ejercicio más urgente es la toma de distancia de algunas metanarraciones ciberculturales. Se debe aprender a diferenciar lo que es coyuntural (la versión 5.0 de un software para la escritura o el *boom* de los blogs) de lo que es orgánico (la evolución de las interfaces de la escritura o la aparición de lógicas productivas colaborativas). En otras palabras, estamos hablando de alejarnos lo suficiente como para ver el bosque pero sin perder de vista a las nuevas especies que nacen a ras del terreno. Lo mismo cabría decir de las viejas teorías de la comunicación: en ellas hay un estrato de casi un siglo de espesor formado por modelos, teorías y acalorados debates, un humus ideal para construir una teoría de las hipermediaciones. Pero para hacer crecer este nuevo campo, a su vez debemos abonar el terreno con nuevas teorías y enriquecerlo con otras conversaciones. El mapa que acabamos de delinear es, ante todo, un primer intento por describir las conversaciones en curso pero en ningún caso un recetario cerrado para futuras interlocuciones.

8.2.1. Para terminar: el poder

A lo largo de este libro, y especialmente en la segunda parte, hemos hablado de los procesos de producción y distribución cultural y de las formas que está adoptando el consumo mediático. En todos los casos no se trata de procesos o actividades políticamente inertes o neutrales. Todos estos procesos tienen lugar bajo relaciones sociales marcadas por el conflicto y deberían encuadrarse en las confrontaciones hegemónicas que atraviesan la sociedad. Tampoco los discursos teóricos, incluido el de este libro, son neutrales ni gozan de inmunidad de frente a los relatos míticos o a las ideologías.

Como en cierta forma estamos condenados a trabajar con modelos metafóricos —todas las teorías reenvían directa o indirectamente a una o varias metáforas—, debemos ser conscientes de los límites implícitos existentes en cada uno de ellos. No todas las metáforas son iguales. Hay metáforas que iluminan mejor algunos aspectos del objeto o proceso que se pretende estudiar y, al mismo tiempo, esconden otros. En este libro que el

lector está a punto de acabar hemos apostado por la metáfora del ecosistema (los medios como sistema animado por contaminaciones y conflictos por la ocupación de nichos comunicacionales) y por una aplicación extensiva del modelo textual (los usuarios de las tecnologías como lectores de textos que cooperan en la construcción de su significado y coevolucionan con ellas). La metáfora del ecosistema, al igual que la metáfora de la red, puede llevar a pensar que todo es lo mismo o vale por igual. Nada más lejano de nuestro punto de vista: en las redes, como en los ecosistemas, hay jerarquías, conflictos y acuerdos entre actores que reconfiguran las relaciones en cada momento. Este aspecto —el dinamismo, las tensiones y las transformaciones del ecosistema— es el que nos interesa resaltar a través del uso de esta metáfora. Por otra parte, las tecnologías y sus interfaces no son textos, pero podemos analizarlas como si lo fueran. Esta metáfora, entre otras cosas, hace aflorar el trabajo interpretativo y reconfigurador del usuario que utiliza un dispositivo interactivo.

La difusión de la World Wide Web en la última década del siglo pasado ha generado un proceso de cambio similar a la aparición de la tecnología de la impresión a mediados del siglo xv. Internet es la imprenta del siglo xxi (Piscitelli, 2005a). Mucho se ha escrito sobre esta transformación. La producción textual sobre la hipermedialidad, la realidad virtual, los videojuegos e internet podría completar varias bibliotecas. Según un corolario de la Ley de Murphy, cuando menos sabemos de un tema, más libros se publican sobre él. En un momento histórico marcado por la hiperproducción textual sobre los *new media*, las grandes metanarraciones campean a sus anchas. La biblioteca digital está llena de trabajos de poco vuelo, a menudo pseudocientíficos y cargados de ideología. De internet se ha dicho todo y el contrario de todo.

La reflexión teórica sobre las hipermediaciones debe aprender a diferenciarse de los discursos utópicos o catastrofistas sobre la vida digital. El maleable territorio de las ciberculturas es un excelente caldo de cultivo para plantearse nuevos interrogantes pero al mismo tiempo se puede convertir en una indigerible sopa de ideología, mercadotecnia y ciencia ficción. Los discursos utópicos —y sus contrarios, los discursos catastrofistas— se anulan mutuamente y suelen ser fuente de aburridísimas conversaciones ya escuchadas a propósito de los medios de difusión de

masas.⁶ En otras palabras, debemos activar una escucha teórica diferente, mucho más cauta y crítica, cuando participamos en ciertas conversaciones.

En este libro, después de mapear las conversaciones sobre la comunicación digital que se han mantenido en las últimas dos décadas, hemos tratado de avanzar algunas propuestas para delimitar un posible espectro de interlocutores para el futuro inmediato del campo. En 1999 el teórico de la comunicación Robert T. Craig (1999: 149) propuso una agenda de trabajo para los estudios de comunicación basada en tres instancias: 1) la exploración del campo para descubrir los aspectos clave y mapear la compleja topografía de las tradiciones, 2) la creación de nuevas tradiciones en las teorías de la comunicación y nuevas formas de esquematizar el campo, y 3) la aplicación de la teoría a los problemas de la comunicación. Para Craig, explorar el campo significaba atravesar las tradiciones para analizar sus tensiones y complejidades. Desde nuestra perspectiva la única manera de alcanzar el segundo momento —la creación de nuevas teorías— es mantener conversaciones de alta calidad con un amplio espectro de interlocutores.

Estas apasionantes conversaciones sobre las hipermediaciones que se perfilan en el horizonte deberían estar impregnadas por el mismo espíritu de apertura a diferentes contribuciones epistemológicas que animó a las tradicionales teorías de la comunicación de masas, pero sabiendo evitar —o por lo menos reduciendo al mínimo— los malentendidos y confusiones que han retrasado la consolidación académica del campo comunicacional.

6. Resulta patético ver que algunos investigadores se interesan por resaltar los nocivos efectos de los videojuegos en los niños después de habernos empalagado durante décadas con los maléficos efectos de la televisión. Todavía falta el historiador de la ciencia que nos describa los efectos de la televisión (y ahora de los videojuegos) en los investigadores de la comunicación.