

Resumen del capítulo: De los nuevos medios a las hipermediaciones

Libro: Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva

Autor: Carlos Scolari

Año: 2008

En este capítulo abordaremos las principales corrientes teóricas sobre la comunicación digital interactiva, explorando la diversidad de enunciadores y discursos que configuran este ámbito. Desde las empresas hasta los investigadores y periodistas, los discursos sobre lo digital se diversifican en comerciales, informativos, contraculturales y académicos. Los discursos comerciales buscan persuadir para la compra de productos y servicios, utilizando estrategias que van desde argumentos racionales hasta la manipulación del deseo. Los discursos académicos y periodísticos, por otro lado, se centran en la transmisión de conocimientos.

Además, los discursos contraculturales a menudo desafían las normas establecidas, proponiendo alternativas como el rechazo al software comercial. Todos estos discursos, en su esencia, son persuasivos y buscan motivar alguna forma de acción, ya sea adoptar una teoría o rechazar productos de grandes corporaciones.

Es crucial reconocer que la elección de un marco teórico o metodológico por parte de un investigador es una decisión discursiva que refleja preferencias por ciertos dialectos científicos sobre otros, influenciando la investigación y sus aplicaciones prácticas. Este mapeo inicial no solo identifica las corrientes predominantes sino que también subraya la importancia de analizar cómo los discursos académicos y comerciales se entrecruzan, especialmente cuando la investigación está financiada por intereses empresariales o gubernamentales, lo que puede llevar a un enfoque utilitario que favorece ciertas lógicas comerciales.

1. Construir el objeto

Adentrándonos en los discursos académicos sobre los medios emergentes, observamos cómo cada tecnología nueva es incorporada y discutida por la sociedad, convirtiéndose en parte de un entramado cultural donde se fusionan el conocimiento y el poder. Esta interacción cultural eventualmente redefine a la tecnología. Al reflexionar sobre la novedad de los medios, nos enfrentamos a la realidad de que términos como "nuevos medios" pueden perder relevancia rápidamente; lo que hoy consideramos nuevo, como los blogs o medios digitales, pronto será visto como anticuado. Esta transición nos desafía a repensar cómo denominamos estas formas contemporáneas de comunicación.

1.1. "The new thing"

Al adentrarnos en el debate sobre los "nuevos medios", nos enfrentamos a un territorio repleto de terminologías como comunicación digital, cibermedios, y metamedios, entre otros. Esta diversidad terminológica no sólo refleja la evolución del campo sino también la complejidad y la fluidez de sus definiciones. Pierre Lévy introduce el concepto de "superlenguaje", destacando una comunicación que trasciende la oralidad y el texto impreso para situarse en la confluencia del multimedia y el diálogo colectivo en redes digitales, lo que él denomina "cosmopedia". Marshall, por su parte, sugiere que la "transmedialidad" es clave en los nuevos medios por su capacidad de fusionar y diluir las fronteras entre diversos formatos mediáticos.

Esta constante redefinición es parte integral del proceso de construir un nuevo campo de estudio, donde el caos semántico no solo es inevitable sino útil para delinear y explorar los confines de este territorio emergente. Lev Manovich propone mirar hacia la ciencia de la computación para entender los nuevos medios como sistemas programables, lo que sugiere un desplazamiento de los estudios de medios a lo que podría llamarse "estudios de software".

El panorama de la comunicación ha sido transformado radicalmente por la digitalización, dando paso a formas de interacción más personales y grupales, como los correos electrónicos, foros y wikis, desafiando el modelo tradicional de comunicación masiva de uno-a-muchos. Estas nuevas tecnologías, sin embargo, aún no están completamente asentadas en sus características o prácticas, y el etiquetado de estas como "nuevas" puede ser rápidamente superado por la realidad tecnológica. Más allá de esto, muchos autores han ido identificando y

sintetizando las mutaciones que ha ido sufriendo el ecosistema de la comunicación.

Los diez paradigmas de la eComunicación
La imagen del telespectador pasivo frente a la pantalla se desplaza hacia el usuario activo, que navega en unared hipertextual y produce contenidos.
Los medios se definen ahora a partir del reconocimiento de su autoridad en materia de contenidos (por ejemplo la marca CNN) y no desde sus condiciones técnicas de producción (radio, televisión, etcétera).
Diferentes formatos y lenguajes (texto escrito, audio, fotos, etcétera) hasta ahora autónomos confluyen en un mismo soporte.
Los medios tradicionales estaban anclados a ritmos y restricciones temporales (diario, semanal, mensual, etcétera), mientras que los medios digitales deben actualizarse en tiempo real. Esto da lugar a nuevas formas de escritura y lectura (<i>Soft writing, soft reading</i>)
El incremento exponencial de la información a disposición de los usuarios hace difícil su gestión, generando situaciones de intoxicación o infocontaminación. Para paliar esta sobreabundancia informativa se han generado recursos que aceleran la búsqueda y localización de la información (motores de búsquedas, <i>blogtracking</i> , sindicación de contenidos)
Al descentralizarse la comunicación, las figuras intermedias estudiadas por los teóricos que gestionaban los flujos informativos (como el <i>gatekeeper</i>) tienden a desaparecer.
Del modelo punto-multipunto se pasa al paradigma de la red, que permite el acceso (multipunto-punto) o el intercambio entre usuarios (multipunto-multipunto).
El usuario puede elegir entre diferentes contenidos, manipularlos, reproducirlos, retransmitirlos y regular su tiempo de consumo.
De la linealidad temporal del texto tradicional se pasa a la no linealidad espacial de las redes textuales.
En el ecosistema de la comunicación digital aparecen nuevas formas colectivas de generación de saberes. La tecnología favorece este proceso, el resto lo pone la inteligencia y la creatividad de los usuarios.

En este contexto, términos como hipertexto, interactividad y multimedia se convierten en herramientas esenciales para navegar por esta compleja red. El término "cibermedios" se refiere a medios operativos dentro del ciberespacio, connotando una nueva era de periodismo digital que es interactivo, hipertextual y constantemente actualizado. Sin embargo, la utilidad de términos como "ciber" puede ser cuestionable, dado que sugiere un control que contradice la naturaleza abierta y polifónica de los espacios digitales actuales.

Este debate terminológico es crucial porque define cómo conceptualizamos y, en última instancia, cómo interactuamos con la

tecnología. La digitalización ha facilitado la convergencia de medios y la transformación de la comunicación en una experiencia mucho más interactiva y participativa, donde los usuarios no solo consumen contenido sino que también contribuyen activamente a su creación.

La evolución de los medios digitales sugiere que nos estamos moviendo hacia una era donde la interacción y la participación del usuario son fundamentales, lo que podría redefinir radicalmente tanto la producción como la recepción de contenido. En lugar de una simple transición de lo analógico a lo digital, estamos presenciando una reconfiguración completa de los sistemas mediáticos, donde la interactividad, la hipermedialidad y la colaboración en red son ahora características dominantes.

La discusión sobre los nuevos medios es, por tanto, no solo una cuestión de semántica sino un reflejo de cambios más profundos en la forma en que la sociedad se comunica y se informa. A medida que continuamos explorando este campo, es esencial mantener una perspectiva crítica sobre cómo las etiquetas que usamos influyen en nuestra comprensión y prácticas en el vasto y dinámico panorama de los medios digitales. De aquí en adelante trataremos de reducir el uso del concepto "nuevos medios" en nuestro discurso. No lo echaremos de menos. Con los siguientes términos tendremos para entretenernos por unas cuantas páginas:

- Digitalización: Transformación tecnológica.
- Reticularidad: Configuración muchos-a-muchos.
- Hipertextualidad: Estructuras textuales no secuenciales.
- Multimedialidad: Convergencia de medios y lenguajes.
- Interactividad: Participación activa de los usuarios.

[Características de los cambios]

1.2. Digitalizaciones

La digitalización, el paso del átomo al bit, es un proceso revolucionario que ha transformado el paisaje de la comunicación y la tecnología. Originariamente, todos los sistemas electrónicos eran analógicos, traduciendo fenómenos físicos como las vibraciones sonoras en impulsos eléctricos que luego eran procesados y convertidos de nuevo en su forma original. Este proceso no estaba exento de errores, conocidos como ruido, que distorsionaban la señal transmitida.

El propósito de la digitalización es minimizar o eliminar estas distorsiones, convirtiendo señales analógicas en valores numéricos binarios que representan de forma precisa el original sin pérdida de información durante la transmisión o reproducción. Así, una voz o un sonido pueden ser capturados, almacenados y reproducidos con fidelidad absoluta. Esta tecnología permite que los datos sean manipulados, amplificados y archivados sin degradar la calidad.

Inicialmente aplicada a las señales sonoras, la digitalización se extendió rápidamente a otros dominios gracias al desarrollo de ordenadores más potentes y algoritmos de compresión eficientes. Hoy, la digitalización abarca desde documentos escritos y fotografías hasta videos y música, facilitando una era de multimedia donde diferentes tipos de medios pueden combinarse libremente.

Nicholas Negroponte, en 1995, ya preveía cómo los bits, al ser agnósticos del tipo de datos que representan, permitirían integraciones multimedia hasta entonces imposibles, creando nuevas formas de contenido a partir de combinaciones innovadoras. Esta capacidad de combinar y recombinar bits ha dado lugar a la cultura del remix y la personalización del contenido digital.

La transformación que la digitalización ha impuesto no se limita solo al ámbito de los contenidos, sino que también alcanza los procesos de producción. Desde la década de 1980, la digitalización ha revolucionado las industrias creativas y de comunicación. Diseñadores gráficos, fotógrafos y editores de sonido han migrado de herramientas analógicas a soluciones digitales que ofrecen mayores posibilidades creativas y de producción.

Además, la digitalización ha hecho que casi toda la comunicación mediada sea ahora digital, independientemente del soporte final del contenido. Incluso la producción de medios tradicionalmente analógicos, como libros y periódicos, involucra procesos digitales en etapas clave como la redacción, edición y diseño. Esto ha llevado a que los límites entre los distintos formatos mediáticos se difuminen, destacando la capacidad de los medios digitales para adaptarse y transformarse.

En este contexto, la característica "digital" en sí misma está perdiendo especificidad, pues el proceso digital se ha vuelto ubicuo en la producción y la transmisión de medios. La digitalización, entonces, es más que una mera característica técnica; es el fundamento de una nueva era en la comunicación y la creación de medios, facilitando formas de interacción y colaboración que eran impensables en la era analógica.

Así, mientras la digitalización continúa avanzando, no solo redefine los medios que consume y produce nuestra sociedad, sino también cómo interactuamos con ellos, transformando pasivamente a los consumidores en participantes activos en un entorno mediático cada vez más interconectado y dinámico.

1.3. Hipertextualidades

El concepto de hipertextualidad, esencial en las nuevas formas de comunicación, exige un viaje atrás en el tiempo a las inquietudes sobre la gestión de voluminosas bases de datos científicos en los años treinta. Pioneros como Vannevar Bush del MIT y Claude Shannon trabajaban ya en sistemas de selección de información que evolucionarían significativamente después de la Segunda Guerra Mundial debido a la explosión informativa resultante del esfuerzo bélico. Bush reconoció que la expansión del conocimiento superaba la capacidad humana de procesamiento y propuso en "As We May Think" (1945) un enfoque asociativo para la organización de la información, en contraposición a los métodos lineales o jerárquicos tradicionales, lo cual prefigura el concepto de hipertexto.

Bush diseñó el Memex, un dispositivo electro-óptico que permitía al usuario individual almacenar, acceder y conectar información de manera flexible y rápida. Este sistema no solo almacenaba datos sino que permitía enlazarlos asociativamente, permitiendo a los usuarios construir una red de conexiones que reflejaban el proceso cognitivo humano. Este fue el antecedente conceptual del hipertexto, que no se materializaría plenamente hasta la llegada de la tecnología digital.

Veinte años más tarde, la visión de Bush inspiraría a Ted Nelson, quien acuñó el término "hipertexto" en 1965 para describir estructuras de texto no secuenciales que podrían ramificarse en múltiples direcciones, permitiendo una navegación compleja y multiforme. Nelson imaginó Xanadu, un sistema global de hipertexto que serviría como un vasto almacén de conocimientos interconectados y constantemente actualizados, mucho más ambicioso que el Memex en que buscaba ser una red universal.

La propuesta de Nelson extendía la hipertextualidad más allá de un simple método de almacenamiento de información a una nueva forma de entender y estructurar el conocimiento. Las ideas de Nelson influirían profundamente en futuras generaciones de tecnólogos y teóricos, y prefiguraban muchos de los desarrollos en la web y la cultura digital contemporáneas. El hipertexto permitiría que

documentos, imágenes, sonidos y videos se entrelacen, dando lugar a la multimedia que caracteriza el entorno digital actual.

Roland Barthes y otros teóricos de la literatura también contribuyeron a este campo desde una perspectiva semiótica, explorando cómo los textos se construyen en redes de significado que el lector podría navegar de manera no lineal. A finales del siglo XX, el hipertexto se celebró como una manifestación de las teorías posmodernas de la textualidad, que enfatizan la intertextualidad y la deconstrucción.

La hipertextualidad, como concepto y práctica, desafía las formas tradicionales de pensar sobre el texto y la información. No se limita a ser una tecnología o una metodología; es un cambio fundamental en la forma en que entendemos y interactuamos con el conocimiento. En la era digital, el hipertexto se ha convertido en una herramienta esencial que subyace en las tecnologías de la información y comunica estructuras que son intrínsecamente dinámicas, reticulares y colaborativas, remodelando no solo cómo accedemos a la información sino cómo conceptualizamos las relaciones entre ideas y datos en un mundo interconectado.

1.4. Reticularidades

En 1958, el gobierno de Estados Unidos estableció la Advanced Research Projects Agency (ARPA), con el objetivo explícito de superar a la Unión Soviética en el terreno tecnológico, motivado por el lanzamiento del Sputnik, el primer satélite artificial, el año anterior. Un equipo de científicos de ARPA, incluyendo a figuras destacadas como Joseph Licklider, comenzó a trabajar en el desarrollo de una red de ordenadores que utilizara la transferencia de datos por paquetes, una técnica pionera ideada por Paul Baran en la Rand Corporation. Este trabajo culminaría en la creación de ARPANET, la primera red que interconectaba universidades y centros de investigación en Estados Unidos.

ARPANET fue presentada oficialmente en 1972 en la International Conference on Computer Communication. Sin embargo, rápidamente se evidenció que, más allá de su uso inicial previsto para cálculos remotos, ARPANET se utilizaba predominantemente para la comunicación interpersonal, facilitando el intercambio de mensajes personales entre científicos. Este uso inesperado reflejaba la capacidad de las redes digitales para facilitar la diseminación de información sobre temas diversos como la guerra de Vietnam y el caso Watergate, así como para el entretenimiento digital como el juego "Adventure".

El éxito de ARPANET inspiró la creación de redes similares en Europa durante los años setenta, y pronto surgió la idea de conectar estas redes a través de una "inter-red" que usara satélites de telecomunicaciones. Este proyecto enfrentaba numerosos desafíos técnicos, desde la definición de protocolos universales hasta la creación de gateways para gestionar el tráfico de datos. Entre 1974 y 1981, se desarrolló el protocolo TCP/IP, que aún hoy sigue siendo la base de Internet. La implementación de TCP/IP marcó un punto de inflexión, permitiendo una expansión rápida y global de la red.

Hacia 1980, Internet ya contaba con más de 1.000 nodos conectados, y esta cifra se multiplicó exponencialmente a 100.000 en siete años. La NSFNET reemplazó a ARPANET a finales de los ochenta, mejorando significativamente la eficiencia en la transferencia de datos. Durante los años noventa, el desarrollo de la World Wide Web por Tim Berners-Lee y su equipo en el CERN democratizó el acceso a Internet, introduciendo tecnologías como el HTTP y el HTML, que transformaron Internet en un espacio accesible para la consulta y publicación de información.

La popularización de la web fue catalizada por la invención de Mosaic en 1993, un navegador con interfaz gráfica desarrollado en la Universidad de Illinois. La rápida adopción de Mosaic llevó a la fundación de Netscape, que ofreció su navegador de forma gratuita, desafiando las normas comerciales de la época. A pesar de la competencia posterior de Microsoft con su navegador Internet Explorer, esta "batalla de los navegadores" no impidió el enriquecimiento de la web con gráficos animados y funcionalidades multimedia avanzadas.

Internet continuó su expansión desenfrenada, alcanzando 600 mil hosts en 1992 y más de 300 millones de usuarios hacia el año 2000. Este crecimiento ilustra la transición de los ordenadores de herramientas de cálculo a plataformas de comunicación. Los estilos comunicativos en Internet varían desde interacciones uno-a-uno, como el correo electrónico, hasta dinámicas muchos-a-muchos, como se ve en las comunidades virtuales y redes peer-to-peer.

La aparición de weblogs, wikis y la Web 2.0 refleja una evolución hacia las visiones originales de pioneros como Vannevar Bush, Ted Nelson y Douglas Engelbart. Hoy en día, no solo hablamos de hipertexto como una estructura de documentos interconectados, sino de una red dinámica de usuarios que interactúan a través de plataformas que permiten la modificación colaborativa de contenidos y la creación de comunidades en línea. Este entorno digital, que

facilita tanto la creación como la conexión, es un testimonio de cómo Internet ha madurado para incorporar y expandir los principios de interactividad y colaboración que definieron sus primeros días.

1.5. Interactividad

El concepto de interactividad abarca diversas acepciones y se manifiesta tanto en comunicaciones entre sujetos como entre un sujeto y un dispositivo tecnológico, situándose en la interfaz, donde se facilita la interacción. Para entender la evolución de la interactividad digital, es esencial remontarse a los años sesenta, década en la que se cimentaron las bases de las tecnologías que hoy nos impactan.

En 1960, Joseph Licklider publicó "Man-Computer Symbiosis", un artículo visionario que proponía una simbiosis entre humanos y computadoras, en la que el ser humano establecería objetivos y evaluaciones, mientras que la computadora realizaría las operaciones rutinarias. Este concepto de cooperación anticipó el impacto profundo de la interactividad en el trabajo intelectual, proponiendo un incremento en la eficacia de las operaciones mentales.

Este concepto fue llevado a la práctica por Douglas Engelbart en el Stanford Research Institute, quien se inspiró en las ideas de Licklider y Vannevar Bush para desarrollar el primer sistema digital de producción colectiva basado en el hipertexto. Su proyecto "Augment" permitía a un grupo de personas compartir información a través de una red de ordenadores, ampliando su capacidad productiva. Engelbart, considerado por muchos el Thomas Edison de la informática, también inventó el ratón, un dispositivo fundamental en las interfaces de usuario modernas.

La interfaz gráfica, otro desarrollo de Engelbart, transformó la manera en que interactuamos con las máquinas digitales y facilitó la integración de procesadores de texto y sistemas de correo electrónico, que hoy son estándares en cualquier ordenador personal. La interactividad no solo se manifiesta en la capacidad de los dispositivos de responder a nuestras acciones, sino también en cómo estos dispositivos y su diseño influyen nuestras capacidades de pensar y trabajar colectivamente.

A finales de los años ochenta, la interactividad se destacó aún más con la llegada de la World Wide Web, cambiando radicalmente nuestros hábitos de producción y consumo cultural. Carolyn Heeter en 1989 exploró cómo las tecnologías interactivas estaban redefiniendo la comunicación, destacando varias dimensiones de la interactividad y

cómo estas transformaban nuestra comprensión de la comunicación interpersonal y masiva.

Los medios digitales ofrecen una "relación transformativa" donde el flujo y la presentación de contenidos pueden ser alterados por el usuario. Esta capacidad de modificar y controlar el contenido es fundamental para diferenciar entre ser activo e interactivo. La interactividad en los nuevos medios supera el mero acto de interpretación intertextual de los medios tradicionales y permite una manipulación directa y una creación de contenido.

El debate sobre la interactividad también aborda cómo esta redefine las relaciones entre los usuarios y los sistemas. Los dispositivos de seguimiento y las interfaces que registran y responden a las acciones del usuario refuerzan un control que puede sentirse tanto liberador como limitante. En entornos de videojuegos o sitios web, por ejemplo, aunque el usuario tiene la opción de navegar libremente, sigue estando restringido por las estructuras y caminos predefinidos por los diseñadores. Las posiciones teóricas que intentaron reponer esta dialéctica entre libertad y control de los usuarios en esta nueva versión mediática puede sintetizarse en las siguientes posiciones:

Teorías sobre control de Usuario	Teorías sobre libertad del Usuario
Tecnología cibernética: Usuarios limitados a interactuar como dicta la máquina.	Entropía: Interacciones desorganizan y alteran sistemas.
Vigilancia: Interacciones dejan rastros digitales, posibilitando tracking.	Prosumidor: Usuarios fusionan roles de productores y consumidores.
Adaptación tecnológica: Usuarios adaptan cuerpos y mentes a nuevas interfaces.	Usos desviados: Usuarios reinterpretan y rediseñan interfaces tecnológicas.
Ideología: Dispositivos inmersivos moldean ideológicamente al usuario.	Tácticas de resistencia: Usuarios desarrollan tácticas contra estrategias tecnológicas.

Este complejo equilibrio entre control y libertad refleja una dialéctica de interactividad que es central para entender la experiencia comunicacional contemporánea. En este contexto, los usuarios de medios digitales no solo consumen contenido, sino que también contribuyen activamente a su creación, asumiendo roles de "prosumidores" (productores y consumidores), lo que diluye las categorías tradicionales de emisor y receptor.

La interactividad, por lo tanto, no solo es un fenómeno tecnológico, sino también un fenómeno cultural profundamente enraizado en la cibernética. Implica una integración del usuario en los objetivos del

sistema y en la gestión del conocimiento, donde cada interacción puede influir y transformar tanto al sistema como al usuario.

1.6. Multimedialidad, convergencias y remedaciones

El concepto de multimedialidad, junto con las nociones de convergencia y remedación, ocupa un lugar central en la evolución de la vida digital, como lo sugiere Nicholas Negroponte. La digitalización ha posibilitado la fusión de diversos tipos de información—imágenes, sonidos y texto—en un solo soporte digital. En este contexto, la información se convierte en una serie uniforme de ceros y unos, un fenómeno que lleva a que todo contenido cultural se diseñe como un paquete integrado que combina múltiples medios y formatos.

La multimedialidad cobró relevancia en los primeros años de los noventa con la emergencia de la World Wide Web y el uso del CD-ROM, que permitía combinar diversos lenguajes en un solo medio. Sin embargo, este concepto tiene sus raíces en movimientos artísticos anteriores, como los happenings de los años sesenta, cuando figuras como Andy Warhol usaron el término para describir instalaciones que integraban múltiples medios.

Con el tiempo, la saturación del uso de los términos multimedia y multimedialidad por parte de periodistas, publicistas y tecnólogos ha desgastado su utilidad teórica. Ante esto, términos como convergencia y remedación han cobrado relevancia, aunque su interpretación no siempre es consensuada. Por ejemplo, Miller distingue entre convergencia digital, referente a la digitalización de la información, y convergencia industrial, que implica una fusión de esfuerzos y recursos entre entidades económicas distintas, configurando un nuevo sector económico conocido como industria de las infocomunicaciones.

Salaverría amplía esta visión al describir cuatro dimensiones de la convergencia: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa. Estas dimensiones reflejan desde la diversificación dentro de grupos de comunicación hasta las transformaciones en las prácticas periodísticas y las hibridaciones narrativas en medios. Sin embargo, señala que mientras las dimensiones empresarial y tecnológica están más avanzadas, las profesional y comunicativa aún están en desarrollo, lo que plantea desafíos significativos para los medios de comunicación.

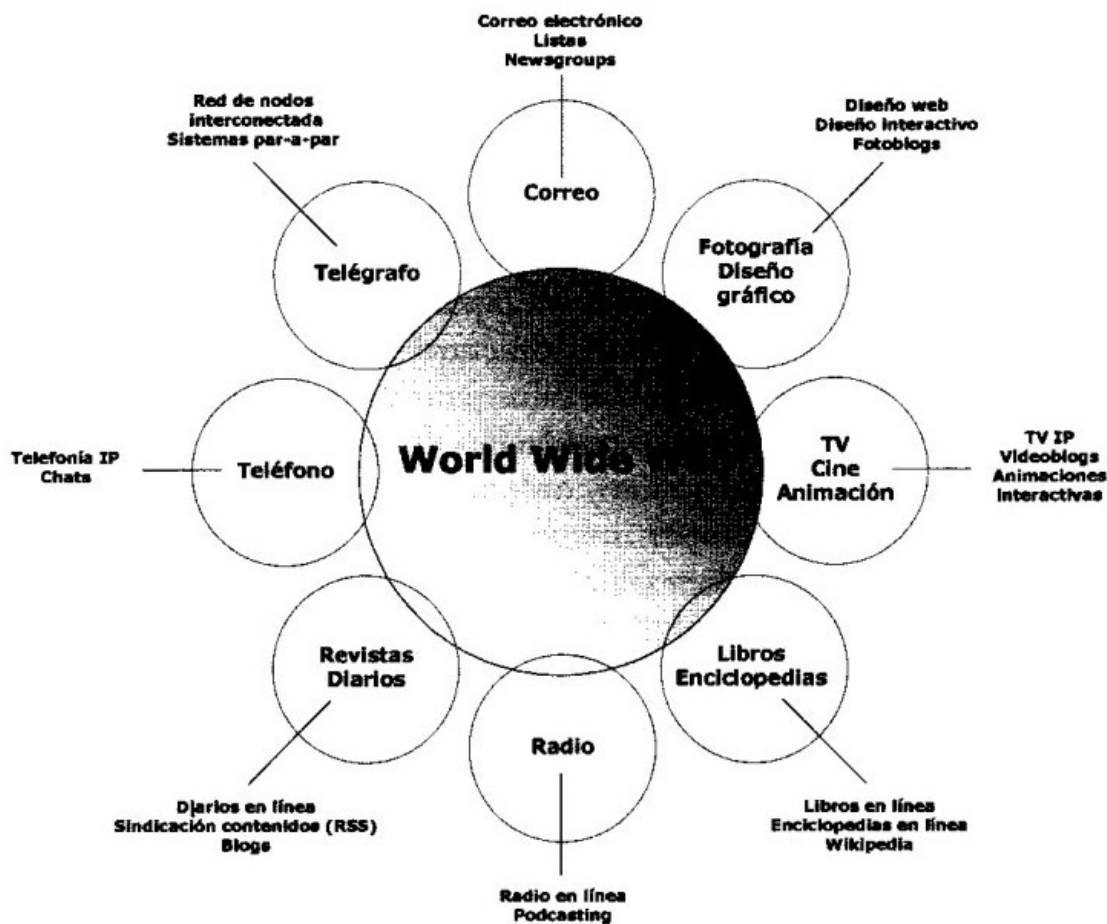
El proceso de convergencia no es simplemente tecnológico o corporativo, sino profundamente mediático y cultural, reconfigurando roles profesionales y estilos de producción. Los periodistas, por ejemplo, ahora realizan múltiples funciones que antes requerían especialistas distintos y adaptan sus contenidos a diversas plataformas, lo que implica una mayor integración de tareas y responsabilidades.

Esta reconfiguración lleva a que muchos miren con recelo la convergencia, preocupados por sus implicaciones económicas y laborales. Fusiones empresariales altamente promocionadas han fracasado, y la colaboración entre grandes grupos mediáticos no siempre es transparente, especialmente en mercados emergentes como los contenidos para móviles.

La interacción de los usuarios con estos procesos de convergencia puede alterar dinámicas establecidas y crear nuevas formas de consumo cultural. Según Miller, las estrategias basadas en la digitalización para superar a intermediarios tradicionales no siempre han tenido éxito, y han llevado a reconfiguraciones imprevistas del mercado.

En cuanto a la remedación, Bolter y Grusin han rearticulado este concepto bajo una perspectiva McLuhaniana, definiendo la remedación como la representación de un medio dentro de otro. Argumentan que todos los medios funcionan como remedadores, participando en un proceso de transparencia y opacidad, donde algunos medios buscan desaparecer detrás de la realidad que representan, mientras otros destacan su presencia como medios.

La idea de remedación también aborda la interacción entre diferentes medios, donde la convergencia implica que medios como el teléfono, la televisión y el ordenador se influyen mutuamente en su evolución hacia la inmediatez. La World Wide Web, como ejemplo contemporáneo, incorpora y remedia características de una amplia gama de medios anteriores.



Críticos como Fagerjord argumentan que la teoría de la remedación se centra excesivamente en relaciones bilaterales entre medios y no captura la complejidad de las hibridaciones que ocurren en prácticas culturales y comunicativas actuales. Este debate subraya la necesidad de reevaluar teorías existentes y considerar nuevas formas de entender las interacciones mediáticas complejas que caracterizan el paisaje digital actual.

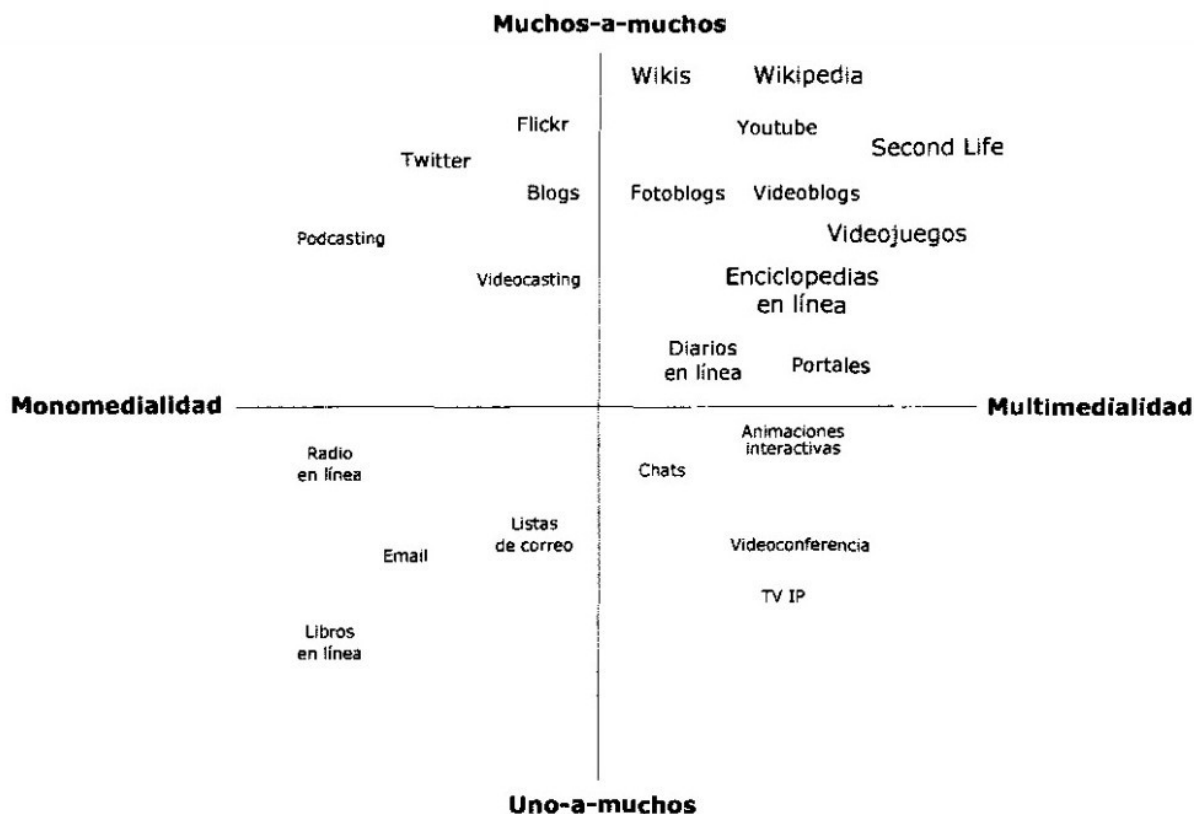
En resumen, mientras la digitalización continúa facilitando la convergencia y la remedación de medios, estos procesos no solo reflejan cambios tecnológicos y económicos, sino también transformaciones culturales profundas que afectan cómo se produce, distribuye y consume el contenido mediático. La evolución continua de estos fenómenos sugiere un reexamen continuo de cómo entendemos y interactuamos con los medios en una era definida por su fluidez y complejidad multimedia.

2. Definir el objeto

La hipertextualidad, interactividad, reticularidad, digitalización, multimedia y convergencia son características fundamentales de las nuevas formas de comunicación. Cada uno de estos términos ilumina distintos aspectos de los procesos comunicativos digitales. Por ejemplo, la hipertextualidad destaca la importancia de estructuras textuales complejas, mientras que la interactividad se enfoca en la navegación y el intercambio entre usuarios en un entorno participativo de muchos-a-muchos. La digitalización, analizada previamente, resalta la materialidad subyacente en estas formas comunicativas, volviéndose una propiedad tecnológica omnipresente y, a menudo, invisible.

Los términos como multimedia y convergencia nos remiten a la integración de medios y lenguajes. No obstante, ninguna de estas características por sí sola abarca completamente la diversidad de los fenómenos comunicacionales que estudiamos. Además, estas características se manifiestan de manera desigual en los distintos nichos del ecosistema mediático. Por ejemplo, la producción hipertextual más avanzada se encuentra en textos generados por usuarios, como Wikipedia, mientras que la producción multimedia sigue predominantemente en manos de profesionales.

Para comprender mejor las prácticas de la comunicación digital interactiva, podemos utilizar un gráfico cartesiano que sitúe en el eje vertical la transición del modelo de difusión uno-a-muchos al de muchos-a-muchos, y en el eje horizontal, la evolución de la monomedialidad a la multimedialidad.



Este gráfico muestra la gran diversidad de experiencias comunicativas en la web, desde prácticas tradicionales como el correo electrónico y la radio en línea, que continúan siendo ampliamente utilizadas, hasta formas más inmersivas y multimediales como los videojuegos y ciertas instalaciones artísticas. En la parte superior del gráfico se encuentran tecnologías colaborativas de la web 2.0 como weblogs, wikis y videoblogs, que ilustran la avanzada integración y colaboración en la red.

3. Definir las hipermediaciones

Reflexionando sobre los términos que empleamos en nuestras conversaciones, nos acercamos gradualmente a la definición de nuestro objeto de estudio. Delimitar y nombrar un objeto en constante evolución y transformación presenta desafíos significativos. Intentar describir la comunicación digital o interactiva en la actualidad podría compararse con el esfuerzo de escribir sobre el lenguaje cinematográfico en 1910, cuando pioneros como Griffith y Eisenstein experimentaban con los primeros montajes, o intentar

describir la televisión en 1950, cuando apenas comenzaba a entrar en los hogares.

Entre los conceptos explorados, aún no hemos discutido uno en particular: la hipermedia. Según Wikipedia, el término hipermedia se emplea para describir extensiones del hipertexto que integran elementos de audio, vídeo, texto y enlaces no lineales, creando un medio no lineal de información. Esto se contrapone al multimedia, que, aunque accesible de forma aleatoria, es esencialmente lineal. La World Wide Web es un ejemplo clásico de hipermedia, mientras que una película no interactiva sería un ejemplo de multimedia estándar.

Hipermedia amalgama propiedades como la hipertextualidad dentro de un contexto de convergencia de lenguajes y medios, configurándose como la suma de hipertexto y multimedia. La interactividad, inherente al concepto de hipertexto por la necesidad de interactuar para navegar, y la digitalización, transversal y fundamental en las nuevas formas de comunicación, sugieren que hablar de comunicación digital o interactiva es equivalente a referirse a la comunicación hipermediática.

Sin embargo, más allá del estudio de medios digitales, nos interesa explorar las "mediaciones" nuevas y cómo estas configuran las interacciones, producciones y consumos en un entorno reticularmente conectado por diversos sujetos, medios y lenguajes. La hipermediación no se refiere tanto a un producto o medio, sino a procesos que ocurren dentro de este ecosistema dinámico. La etimología del prefijo "hiper" indica un grado superior o excesivo, llevando las hipermediaciones a explorar configuraciones emergentes que trascienden los medios tradicionales.

Estas hipermediaciones no solo involucran un mayor número de medios y sujetos, sino también una red compleja de referencias cruzadas, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital posibilita al convertir todas las textualidades en bits. Estos procesos fomentan la emergencia de nuevas configuraciones comunicativas que sobrepasan las formas tradicionales, en un paralelo con la mediamorfosis propuesta por Fidler.

Las hipermediaciones se diferencian de las mediaciones tradicionales en que reconfiguran significativamente los intercambios simbólicos a través de dinámicas cognitivas y culturales impulsadas por tecnologías digitales. Los receptores, ahora más activos, participan en la producción textual y la creación de enlaces, transformando radicalmente la jerarquización y la gestión de la información. Este aumento en la interacción es uno de los rasgos distintivos de las

hipermediaciones, donde la tecnología facilita nuevas formas de interacción y producción de contenido.

Mientras que los estudios de mediaciones se enfocaban en los medios masivos y su interacción con la cultura popular, las hipermediaciones se centran más en la hibridación de lenguajes y la convergencia de medios. Estos estudios también abordan cómo la era digital está reformulando las grandes narrativas y los medios masivos, fragmentando la información y las identidades colectivas.

Finalmente, el campo de las hipermediaciones, al enfocarse en procesos más que en objetos mediáticos específicos, propone un estudio amplio de las transformaciones sociales inducidas por nuevas formas de comunicación. Esta perspectiva más amplia incorpora una mirada ecológica que considera las formas sociales y sus significados, ofreciendo una visión comprensiva de cómo las interacciones mediáticas y culturales configuran nuestro mundo.

Material de Cátedra. Enfoques de la Comunicación Digital.
Tecnatura en Comunicación Digital Convergente. FhyCS-UNJu.

