

Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva



SCOLARI, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa, 317 pp. ISBN: 978-84-9784-273-0.

En *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Carlos Scolari parte de una idea ampliamente aceptada por los investigadores de la comunicación: la aparición y progresiva expansión de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) está transformando profundamente el sistema mediático. La digitalización de las comunicaciones y la creación de una red mundial integrada por la que circula la información han provocado el surgimiento de nuevos tipos de comunicación que el autor engloba bajo la denominación de “comunicación digital interactiva”.

Para Scolari, este nuevo escenario no sólo amenaza la hegemonía del modelo de comunicación de masas, sino

que, además, resulta difícil de explicar recurriendo únicamente a las tradicionales teorías de la comunicación masiva:

“La aparición de una nueva generación de medios digitales interactivos, ya no basados en la lógica del *broadcasting* sino en un modelo comunicacional totalmente innovador fundado en las redes y la colaboración de los usuarios, está desafiando nuestro conocimiento sobre los viejos medios de comunicación de masas” (pp. 31 y 32).

Ante esta situación, este libro plantea la necesidad de construir nuevas herramientas teóricas que ayuden a comprender la realidad mediática actual, aprovechando el saber acumulado, pero sin limitarse a él.

Identificación de interlocutores

Sin embargo, la constatación de esa necesidad no hace de *Hipermediaciones* un libro de creación teórica. Como paso preliminar, su propósito consiste en repasar lo que se ha dicho hasta el momento sobre el tema. En palabras de Scolari, la elaboración de una teoría de la comunicación digital interactiva requiere, previamente,

“desmalezar un terreno superpoblado de discursos heterogéneos, construir un diccionario propio y realizar una delimitación de su territorio por medio de una identificación de sus posibles interlocutores” (p. 177).

Ésa es la tarea central que aborda en esta obra. En ella, revisa algunas de las aportaciones teóricas publicadas en las últimas décadas sobre las

transformaciones del sistema mediático vinculadas a las TIC. Su labor de sistematización abarca desde los estudios de la comunicación de masas hasta aquellos que se ocupan, específicamente, de la comunicación digital interactiva. Se recorren así las continuidades y rupturas que se producen, por ejemplo, en las prioridades de las agendas de investigación, en los métodos de análisis, en los autores de referencia o en las fuentes teóricas más utilizadas (*vid.* el resumen contenido en las tablas de las pp. 42, 128 y 141-142).

Caracterización de la comunicación digital interactiva

Este trabajo de revisión le sirve a Scolari, además, para caracterizar, a modo de síntesis, el modelo de comunicación emergente. Entre los diversos rasgos identificados habitualmente por otros autores para definir ese nuevo escenario, destaca los siguientes:

- Su carácter digital: se pasa de manejar analógicamente la información a convertirla en bits.
- Su hipertextualidad: la linealidad del texto tradicional se empieza a combinar con textos a partir de los cuales se puede acceder a otra información.
- Su reticularidad: frente al esquema “de uno a muchos” propio de la comunicación de masas, se va configurando un modelo organizado en forma de red que permite la comunicación “de muchos a muchos”.

- Su interactividad: frente al receptor pasivo que sólo puede recibir información, surge un receptor activo con capacidad para producir contenidos comunicativos.

- Su multimedialidad: confluyen en un mismo soporte informaciones de diferente naturaleza (textos, sonidos, vídeos) que antes requerían soportes específicos.

A partir de estos atributos, el autor da cuenta de la aparición de nuevos modos de producción de comunicación más cooperativos, de nuevos productos comunicativos hipertextuales y multimedia, y de nuevas formas de consumo mediático más participativas que las propiciadas por los medios de masas.

El lector encontrará en esta obra una documentada visión de conjunto de los debates acerca de los cambios que están teniendo lugar en el sistema mediático como consecuencia de la digitalización. La exposición ordenada de estas aportaciones puede resultar de utilidad a quienes deseen contar con algún criterio para acceder a una bibliografía tan prolífica como, precisamente por ello, difícilmente manejable.

El concepto de “hipermediaciones”

Es cierto, como ya se ha señalado, que con este libro Scolari no pretende plantear una teoría de la comunicación digital interactiva:

“No nos interesa construir palacios teóricos sino mapear las conversaciones que están naciendo al calor de la digitalización de las comunicaciones. Resulta difícil, por el momento, ir mucho más allá” (p. 28).

Sin embargo, además de esa labor de revisión a la que ya se ha hecho referencia, el autor propone el concepto de “hipermediaciones” como eje a partir del cual ir construyendo una teoría sobre la nueva realidad comunicativa mediada por las TIC. Dicho concepto se encuentra presente a lo largo de todo el libro -además de darle título- y constituye la parte que puede tener más interés para el campo de estudio de las mediaciones sociales, aunque en esta obra apenas aparece esbozado.

Retomando los planteamientos mediacionales expuestos por Jesús Martín-Barbero en los años ochenta, Scolari señala la importancia de pasar del análisis de los nuevos medios digitales (*los objetos*) al de las hipermediaciones (*los procesos*). En esta línea, define las hipermediaciones como:

“procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (pp. 113-114).

Este punto de partida que distingue los *objetos* de los *procesos* está claro y, al menos en América Latina, es el que ha guiado buena parte de la investi-

gación de la comunicación en las dos últimas décadas.

No obstante, al mismo tiempo que ubica el análisis de la comunicación digital en la senda marcada por Martín-Barbero, el autor trata de distinguir las hipermediaciones de las mediaciones, con el fin de justificar la pertinencia de la nueva denominación que propone frente al concepto clásico de mediación.

Scolari reconoce, por un lado, que “existen más continuidades que rupturas en el camino que va de las mediaciones a las hipermediaciones” (p. 115) y que el programa de trabajo propuesto por Martín-Barbero “sigue vigente” (p. 117). Pero, a la vez y por otro lado, sostiene que las hipermediaciones “miran los procesos comunicacionales desde una perspectiva diferente” a la de las mediaciones (p. 116). ¿Cuál es esa perspectiva diferente? ¿Qué distingue a las hipermediaciones de las mediaciones? ¿Hasta qué punto resulta necesario para la labor de creación teórica acuñar un nuevo término si el que se venía utilizando hasta ahora continúa teniendo validez? ¿No se podría hablar, sencillamente, de mediaciones de los medios de comunicación digitales?

Estos interrogantes no quedan del todo despejados en el libro. Con el concepto de hipermediaciones, el autor alude a las nuevas mediaciones que se producen con la expansión de las TIC. Pero, cuando trata de acotarlas, se limita a describir los rasgos ya mencionados del nuevo escenario comunicativo. Queda, pues, sin espe-

cificar qué es lo que hace cualitativamente diferentes a las hipermediaciones, más allá del hecho de que toman forma en un contexto sociocomunicativo diferente a aquel en el que operaban las mediaciones.

Habrá que esperar a nuevos trabajos del autor, si decide continuar la línea de reflexión iniciada en esta obra, para ver cómo se concreta y desarrolla lo que aquí aparece planteado sólo de manera preliminar.

Daniel Franco Romo

Universidad Complutense de Madrid
(España)

dfrancoromo@ccinf.ucm.es