

# 11. Hipermediaciones (o cómo estudiar la comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología de California).

ENTREVISTA A CARLOS ALBERTO SCOLARI

CARLOS ALBERTO SCOLARI es Doctor en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Università Cattolica di Milano. Entre los años 2002 y 2009 se desempeñó como Profesor Titular en el Departamento de Comunicación Digital de la Universitat de Vic, donde ha coordinado el *Grup de Recerca d'Interaccions Digitals* (GRID), el proyecto Comunicadores Digitales de la *Red Iberoamericana de Comunicación Digital* (ICOD), la *eWeek - Semana Digital en Vic* y el Master Oficial de Comunicación Digital Interactiva. Actualmente es Profesor Agregado en la Universitat Pompeu Fabra, donde enseña las asignaturas *Métodos de análisis de mensajes* y *Análisis de mensajes en medios interactivos*. Es autor de *"Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva"* (Gedisa, 2008), *"Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales"* (Gedisa, 2004) y *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, junto a Mario Carlón, entre otros títulos.

145

Sitios de contacto:

<http://www.hipermediaciones.com/>

<http://www.digitalismo.com/>

<http://www.modernclicks.net/>

POR DAMIÁN FRATICELLI

En los últimos años adoptaste la metáfora ecológica para hablar del desarrollo del sistema de medios de comunicación, ¿podrías explicarnos qué ventajas le ves para estudiar los medios de comunicación?

La metáfora ecológica aplicada a los medios fue desarrollada a finales de los años '60 por Marshall McLuhan y Neil Postman. El concepto surgió en algunas conferencias y charlas privadas de estos dos investigadores; poco tiempo después Postman inauguró el primer curso de Media Ecology en la University of New York.

Desde mi punto de vista la metáfora ecológica tiene dos vertientes o concepciones. Una de ellas ve a los medios como un *medium*, o sea un ambiente o entorno "natural" donde los seres humanos nos movemos y vivimos sin llegar a percibir su existencia. A McLuhan le gustaba mucho la metáfora del pez en el agua: para el pez no hay "agua", el líquido es su entorno natural y por lo tanto imperceptible hasta que lo sacamos del agua. Según McLuhan y Postman este *medium* modela nuestra vida individual y social. La otra vertiente o concepción de la metáfora también

está presente en los textos de McLuhan, Postman y otros pensadores como Harold Innis —el gran maestro de McLuhan— y el padre Walter Ong. Según esta segunda concepción los medios son como *especies* que viven dentro de un *ecosistema*.

Yo creo que la metáfora ecológica, sobre todo en su segunda concepción, nos brinda un marco muy interesante para elaborar preguntas y comenzar a comprender lo que está pasando en el mundo de la comunicación. Por ejemplo: ¿Qué pasa cuando en un ecosistema aparecen nuevas especies? Cambian las relaciones de todo el ecosistema, algunas especies pueden llegar a extinguirse y las otras deben adaptarse a las nuevas reglas de juego. En el ecosistema de la comunicación está pasando algo por el estilo: han llegado nuevas especies mediáticas que están cambiando las relaciones de todo el ecosistema. Las viejas especies mediáticas —la televisión, la radio, los diarios— deben adaptarse si quieren sobrevivir. Los cambios en la narrativa televisiva o en el diseño de la prensa pueden verse desde esta perspectiva: podemos decir que son fenómenos de adaptación. Es en este contexto que se plantea la posible extinción de algunos medios, un tema sobre el cual abrimos la discusión con el libro *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* que publicamos con Mario Carlón en el 2009.

146

Yo creo que la metáfora ecológica aplicada a los medios apenas ha sido explorada. Muchos ecologistas de los medios de segunda generación —o sea, la gente que se formó con McLuhan o Postman— no han ido mucho más allá. Robert Logan y Joshua Meyrowitz son dos excepciones: Logan desarrolló un marco integrador de lo tecnológico, lo cultural e inclusive lo biológico sumamente interesante; Meyrowitz, por su parte, publicó ya en 1985 un texto muy reconocido titulado *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Logan y Meyrowitz son dos autores lamentablemente nunca traducidos al castellano, esperemos que alguna editorial los descubra y apueste por ellos.

Volviendo a las metáforas, lo bueno de ellas es que nos permiten nombrar un campo de estudio o problemática muy reciente y formular nuevas preguntas. Obviamente, antes o después las analogías se agotan y tenemos que cambiarlas por otras. Sucede un poco como los paradigmas de Kuhn: en algún momento entran en crisis y deben ser reemplazados por otros. Pero por el momento creo que la metáfora de la ecología mediática tiene bastante para dar, recién comenzamos a aplicarla y resistirá por un buen tiempo. Entre otras cosas esta metáfora nos permite superar la fragmentación que existe en los estudios de comunicación —la semiótica no ha sido ajena a esta fragmentación, tenemos una semiótica del cine, otra de la radio, de la televisión, etc.— y, además, nos permite investigar las dinámicas transme-

diáticas, o sea los fenómenos que van más allá de un medio o las relaciones que mantienen entre ellos.

¿Cómo entra la historia de los medios en esta metáfora ecologista? ¿No crees que a veces se corre el riesgo de “animar” demasiado a los medios resaltando su novedad y se olvidan las experiencias pasadas de los anteriores sistemas mediáticos? Estoy pensando, por ejemplo, en cómo se reubicó el diario cuando apareció la radio o las transformaciones que sufrieron ambos con la televisión. ¿Sirve de algo atender a esos fenómenos para comprender el presente?

Creo que podemos retomar la vieja oposición saussuriana entre sincronía/diacronía y reformularla en clave biológica: ecología/evolución. Si pensamos en “espacio” analizaremos los fenómenos sincrónicos (ecológicos), y si pensamos en “tiempo” estudiaremos los fenómenos diacrónicos (evolutivos). Ambas dimensiones se necesitan mutuamente y no pueden dejarse de lado. Veamos cómo funciona esta oposición a la hora de estudiar la aparición de un *new media*, o sea la emergencia de una nueva configuración en la red de interfaces tecnológicas y un conjunto de prácticas vinculadas a ellas. Hablemos de la televisión. La aparición de la televisión en los años '50 —una tecnología que recombinaba algunas interfaces ya conocidas por los usuarios gracias a la radio, por ejemplo los controles de sintonía y volumen, las orientación de las antenas, etc.— debe ser vista en su doble dimensión ecológica y evolutiva. Por un lado, la televisión tiene una historia socio-tecnológica que viene de las experiencias radiofónicas (sonido, transmisión por ondas electromagnéticas, cobertura de eventos en directo, etc.) y cinematográficas (imagen en movimiento). Este sería el plano evolutivo-diacrónico. Por otro lado, la llegada de la televisión afectó a los demás medios: la radio, el cine, inclusive la prensa debieron adaptarse a una nueva ecología donde la televisión aparecía como una especie depredadora de audiencias. Los cines se vaciaron de gente... pero Hollywood respondió con todo lo que pudo: Cinemascope, películas en 3D, grandes “colossal movies” con miles de extras, etc. Como sabemos esta competencia duró unos años hasta que finalmente ambas especies mediáticas terminaron co-evolucionando juntas. Este sería el plano ecológico-sincrónico.

Ahora bien, existe una tendencia a considerar al plano evolutivo-diacrónico como una sucesión lineal de tecnologías o medios (por ejemplo la serie prensa-radio-televisión) o, en el mejor de los casos, como una sucesión de bifurcaciones (tal como sucede en el ámbito biológico). Yo no estoy para nada de acuerdo con esta visión: yo creo que la evolución tecnológica es una red. Si después armamos secuencias lineales es por la necesidad narrativa de crear series de evento. La visión de Bruno Latour —tan marcada por la semiótica— es fundamental para entender esto: según él no existe lo “social”

sino una red de actores humanos y tecnológicos interrelacionados. Podríamos decir que en ciertos momentos algunos lugares de esa red entran en estado de agitación y los actores (los medios, las interfaces) se activan, se buscan entre sí y dan lugar a fenómenos de emergencia tecnológica. En los años '90 los actores vinculados a la web y las PC estaban hiperactivas, y ahora esa efervescencia se ha trasladado a las tecnologías móviles, desde los iPhones hasta los iPads y los smartphones.

La única forma de comprender los cambios que estamos viviendo a diario es mirar hacia atrás, por el espejo retrovisor, y analizar las grandes transformaciones que se dieron en el mundo de los medios a lo largo de su evolución.

### ¿Qué relación existiría entre el sistema ecológico de medios y la ciudad?

Aclaro que no soy un experto en temas urbanos. Una buena parte de los sociólogos que han marcado el ritmo de la investigación social en los últimos años (Ulrich Beck, Saskia Sassen, etc.) insisten en considerar a las ciudades como un objeto de estudio privilegiado para entender lo global. O sea, la globalización no es algo que flota en la atmósfera del planeta sino un conjunto de prácticas concretas que se desarrollan y encarnan en los entornos urbanos. La mayor parte de estas prácticas urbanas globales están mediadas por la tecnología digital, especialmente las redes y los dispositivos de acceso a cada vez más ubicuos. Asimismo, creo que también podríamos extender la metáfora ecológica a lo urbano: la ciudad puede ser vista como un ecosistema con especies que interactúan entre sí, desde los medios de transporte hasta los monumentos, pasando por los ciudadanos que las transitan y los sistemas de señalización. Hasta aquí llevo. Como no soy un experto en sociología o semiótica urbana prefiero dejar que sean los especialistas quienes apliquen las metáforas más pertinentes.

148

En tu libro “Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital”, propones dejar de lado la fascinación por los nuevos medios y hacer foco en las hipermediaciones, ¿Podrías referirte a ese movimiento?

El concepto de *hipemediaciones* es evidentemente un guiño teórico a los estudios latinoamericanos de comunicación, o sea la tradición académica en la cual me formé a finales de los años '80 en la Universidad Nacional de Rosario. Era la época dorada del “paradigma latinoamericano” y todos los meses nos llegaban textos frescos de Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Jorge Rivera, Aníbal Ford y muchos otros investigadores enrolados en esa línea. En 1990 me fui a Italia y, sobre este estrato epistemológico original, seguí agregando otras capas, por ejemplo la semiótica y las que entonces se conocían como ciberculturas.

Esta es un poco la geología personal que se encuentra debajo de las hipermediaciones.

Ya instalado en el estudio de las nuevas experiencias interactivas de comunicación, y de frente a las miradas instrumentalistas y los discursos banales sobre los *new media*, creí necesario generar otro tipo de trabajo científico; me propuse repetir el gesto de Jesús Martín Barbero: pasar de los medios a las mediaciones o, como decía él, 'perder el objeto para ganar el proceso'. En este caso estaríamos hablando de pasar de los *new media* a las *hipermediaciones*. Yo no creo que haya una "teoría de las hipermediaciones" (al menos por ahora); prefiero pensar a las hipermediaciones como un campo discursivo donde investigadores de diferentes tradiciones (sociología, semiótica, teoría de las redes, ludología, teoría del hipertexto, ecología de los medios, etc.) estudiamos y conversamos sobre los procesos de comunicación sin quedar embobados frente a la última tecnología que viene de California.

Respecto a 1987 (año de publicación del libro *De los medios a las mediaciones*) las cosas han cambiado de forma radical. Si el programa de Martín Barbero se articulaba en función del eje cultura de masas/culturas populares, hoy esa oposición ha quedado relegada por el eje cultura de masas/cultura colaborativa. Muchas cuestiones que tenían una presencia muy fuerte en la agenda de Martín Barbero y otros investigadores como Aníbal Ford en Argentina —por ejemplo la construcción de lo nacional-popular— hoy están un poco desdibujadas por la aparición de las culturas globalizadas. Por ejemplo los sociólogos están hablando cada vez más de *cosmopolitismo* y algunos critican los "nacionalismos metodológicos". Por otro lado en estos años hemos sufrido un deslizamiento teórico que nos ha llevado del consumidor activo de la década del '80 al prosumidor (productor + consumidor) de estos últimos años. Estos cambios exigen nuevas aproximaciones teóricas.

### ¿Cómo pensás el diálogo entre ecología de los medios y semiótica?

McLuhan quería llamar la atención sobre un hecho: los medios nos afectan más allá del contenido. En pleno *boom* estructuralista, a principios de los años '60 y en plena eclosión del análisis textual y narratológico, el tipo viene y dice: *Atención, no nos olvidemos de los medios!* Para muchos semiólogos esta frase era una blasfemia: para ellos el significado estaba en los textos, en las estructuras narrativas que los franceses e italianos comenzaban por entonces a desmontar. McLuhan era un personaje polémico que había entendido la lógica de los medios masivos y jugaba permanentemente con ellos. En los '60 McLuhan era un ícono pop junto a Bob Dylan y Andy Warhol. La comunidad científica

nunca se lo perdonó: los semiólogos lo acusaban de ignorar los textos, los sociólogos de la comunicación lo crucificaban por no tener método (o sea, por no ser “científico”), los críticos post-frankfurtianos lo odiaban por ser un yanqui electro-imperialista. En este contexto podemos preguntarnos: ¿Es posible un diálogo entre la semiótica y McLuhan? Yo creo que sí, hay un punto de encuentro. El lugar donde la semiótica y la ecología de los medios mcluhaniana se encuentran se llama *semiótica de las interfaces*. Si consideramos que los medios —al igual que cualquier otro dispositivo tecnológico— tienen una interfaz que contribuye a la construcción del sentido, entonces podemos encontrar un terreno fértil para el diálogo. La interfaz participa en la construcción del sentido: no es lo mismo leer *El Conde de Montecristo* en formato libro que en episodios semanales en la prensa. Podríamos imaginar un enriquecedor diálogo entre Umberto Eco y Marshall McLuhan sobre la evolución de la interfaz del libro, un tema que apasionaba a los dos.

**En el libro “Hipermediaciones” describís el tiempo y el espacio que se construyen en las hipermediaciones, ¿cuáles son sus principales características y cómo incidirían en la construcción del tiempo y espacio de la ciudad?**

150

Las tecnologías son elementos muy importantes en la construcción de nuestra percepción del tiempo y del espacio. Durante la antigüedad las sociedades agrarias vivían al ritmo lento de las estaciones; las campanas medievales introdujeron otra dimensión temporal, la cual terminó acelerándose en la Modernidad con el latir de los relojes mecánicos. No eran lo mismo seis horas en el siglo XIII que en el siglo XX. Lo mismo pasa con el espacio: 500 km en la época del Emperador Augusto no son iguales a 500 km en nuestra era de trenes de alta velocidad y vuelos *low cost*.

La red digital nos impuso otra percepción del tiempo y el espacio. Uno de los fenómenos que se está verificando es la disolución de la barrera entre el tiempo de trabajo y el tiempo del ocio, uno de los elementos básicos de la sociedad industrial (pensemos en las luchas sindicales por los horarios de trabajo y la jornada de ocho horas, el derecho al descanso, etc.). Por otro lado, los espacios destinados a estas actividades también se transforman. Una empresa como Google tiene dentro de sus edificios zonas dedicadas a los videojuegos y lugares de esparcimiento. Algunas cosas que se vislumbraban en los años '90 —como la creación de *farms* fuera de las ciudades para que los teletrabajadores pudieran tener un espacio propio sin entrar en las zonas céntricas— no se han producido; en cambio los ciudadanos se apropian de algunos lugares de esparcimiento —como los bares— y los convierten en espacios productivos. Cada vez es más común ver gente joven trabajando en los bares que tienen *wifi*. Quizás esté naciendo

una nueva clase laboral globalizada cuya cadena productiva está ubicada en los Starbucks.

En este contexto la conectividad se convierte en un servicio esencial como el agua o la luz eléctrica. Me sorprende que muchos hoteles todavía cobren la conexión a Internet por separado: ¡jes como si el costo del agua no estuviera incluido en el precio de la habitación! A medida que las redes de telecomunicaciones se difundan (wifi, 3G, Bluetooth) y sus precios se vuelvan más accesibles asistiremos a una resignificación de los espacios públicos, tal como está pasando en las ciudades muy conectadas como San Francisco o New York. La gente en esas ciudades busca las plazas y espacios con wifi abierto. También las redes sociales que incluyen la localización —como *Foursquare*— aportan otro elemento a este entorno tecno-urbano.

¿Juegan un papel distinto en la relación medios-ciudad el diario, la radio y la televisión, que los medios de Internet como Youtube, Facebook, blogs y diarios on-line? ¿Cuáles serían las principales diferencias?

Resumo mi respuesta en una frase: no es lo mismo caminar por la ciudad con un diario bajo el brazo que con un *iPhone* en el bolsillo. Los dispositivos móviles nos permiten estar informados, podemos usarlos como mapa interactivo, sirven para sacar fotos, grabar vídeos y compartirlos en la red, etc. pero por sobre todas las cosas pueden ofrecernos servicios en función de nuestra localización. Esta es quizás una de las próximas fronteras a conquistar por las empresas: los contenidos y servicios para dispositivos móviles basados en la localización. Seguramente veremos la aparición de cosas interesantes en los próximos años, no necesariamente vinculadas a la publicidad o al marketing localizados. Pensemos por ejemplo en aplicaciones de realidad aumentada: un turista de frente al Cabildo toca la pantalla de su dispositivo móvil y accede a la historia del edificio, estilo arquitectónico, eventos históricos que tuvieron lugar en ese espacio, etc. Si en ese momento está pasando una manifestación, puede registrarla y colgar el video en la web.

Gracias a Google Maps y sus servicios colaterales (posibilidad de agregar fotografías a los mapas, visiones panorámicas a 360°, edificios en 3D, etc.) tenemos una percepción diferente de las ciudades inclusive antes de conocerlas realmente. Los GPS, por su parte, permiten redirigir los flujos circulatorios si hay atascos en alguna avenida. Durante las grandes nevadas en Cataluña (invierno 2009) mucha gente quedó bloqueada en sus coches. Se dieron fenómenos interesantes: los conductores escuchaban la radio, la información periodística que recibían era enriquecida con sus propias experiencias y después la twiteaban por medio de sus dispositivos móviles. Fue una experiencia donde las ba-

rreras entre viejos y nuevos medios, y entre productores y consumidores de información, saltaron por los aires.

Todas estas tecnologías pueden transformar la forma en que usamos y vivimos la ciudad. De la misma manera en que no es lo mismo caminar en un museo con una audio-guía que sin ella, nuestra apropiación de los espacios urbanos también será diferente. Pero tampoco descartemos otras transformaciones en el paisaje ciudadano vinculadas a los cambios en el ecosistema mediático. Si las publicaciones impresas (diarios y revistas) siguen replegándose, ¿seguirán existiendo los kioscos? ¿O tendrán el mismo destino que están sufriendo los videoclubes? ¿O también ellos se terminarán adaptando?

¿Cuáles serían a tu entender las líneas de investigación que hace falta plantear para comprender el desarrollo del sistema ecológico de medios y sus efectos sobre la vida de la ciudad?

Todos los fenómenos y procesos que he mencionado, y muchos otros que no hemos abordado, se merecerían estudios más profundos. Es un gran desafío porque el ecosistema mediático está en estado de tensión, lejos del equilibrio, y cada mes surgen nuevas especies que reformulan las reglas del juego. ¡La web tiene 6.000 días de vida! YouTube y Facebook nacieron hace sólo 5 años, el iPhone fue introducido en el 2007 y el iPad hace unos meses. Investigar la ecología de los medios, en ese contexto, no es fácil. Cuando creemos que comenzamos a entender algunos de estos fenómenos, las cosas ya cambiaron.

152

¿Qué investigación tenés actualmente asentada en la universidad?

Estoy coordinando un equipo de trabajo en la Universitat Pompeu Fabra para estudiar las narrativas transmediáticas. El objetivo es analizar las principales producciones realizadas en Cataluña —desde obras de ficción hasta infantiles y periodísticas, tanto en castellano como en catalán— y compararlas con obras similares realizadas en Estados Unidos o el Reino Unido, los dos países donde las narrativas *cross-media* están más desarrolladas. El proyecto tiene un año de duración y está financiado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

De forma paralela a este proyecto sigo trabajando sobre la ecología de los medios y la semiótica de las interfaces. Mi objetivo es integrar el concepto de *interfaz* dentro de una teoría de los medios de inspiración ecológica. Creo que el concepto de *interfaz* es basilar para entender las hipermediaciones. Quizás *interfaz* se convierta en el concepto clave de las ciencias sociales de la próxima década, tal como fueron *signo*, *estructura*, *sistema* o *texto* en períodos anteriores.

¿Qué libro podés recomendarnos de los que leíste últimamente?

Me gustó mucho el libro de Alessandro Baricco *Los Bárbaros. Ensayo sobre la Mutación*. Salió hace un par de años pero lo tenía en la lista de espera. Es un texto fundamental para entender los cambios culturales y generacionales que está viviendo nuestra sociedad. Por el lado digital, los dos libros que leí durante el verano europeo me decepcionaron bastante: *Bursts* de Albert-László Barábasi (el más famoso teórico de las redes) y *Cognitive Surplus* de Clay Shirky. Ambos venían de publicar obras excelentes (*Linked* y *Here Comes Everybody* respectivamente) pero esta vez fallaron el tiro. Si vamos al campo específico de los medios, quizás la obra que más me sorprendió en el último año fue *Understanding Me*, un volumen del 2003 que conseguí en Toronto en una librería de usados. Se trata de una selección de entrevistas y conferencias de McLuhan donde queda confirmada la lucidez de este señor. En el 2011 se cumple el centenario de su nacimiento, se están organizando muchos eventos a nivel mundial. En Barcelona estamos poniendo a punto un mini-congreso y ciclo de conferencias para el mes de Mayo con la presencia de Manuel Castells, Derrick de Kerckhove y otras figuras. No podemos obviar a McLuhan en nuestras conversaciones sobre los medios.

153

### ALGUNOS ENLACES:

Carlos A. Scolari entrevista a Joshua Meyrowitz en Digitalismo.com  
<http://digitalistas.blogspot.com/2009/05/entrevista-joshua-meyrowitz.html>

Carlos A. Scolari entrevista a Robert Logan en Digitalismo.com  
<http://digitalistas.blogspot.com/2008/12/entrevista-robert-logan-eweek-2008.html>

Reseña de *Understanding Me* en Digitalismo.com  
<http://digitalistas.blogspot.com/2010/02/understanding-me-mcluhan-al-100.html>