



### Conversaciones teóricas sobre la comunicación digital interactiva

**Scolari, Carlos. 2008.**

*Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva.*

**Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.**

ISBN 978-84-9784-273-0

El investigador del Departamento de Comunicación Digital, de la Universidad de Vic (Cataluña) y director del Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRD), Carlos Scolari, autor, entre otras obras, de: *"Hacer clic: hacia una socio semiótica de las interacciones digitales"* (2004), nos ofrece con: *"Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva"* (2008), la más reciente de sus producciones donde, a modo de ensayo, delimita un territorio teórico nuevo enfocado en el ecosistema comunicativo digital.

En el texto Scolari, desde una *'mirada semiótica y con un espíritu transversal y multimodal'*, hace un

análisis de la nueva teoría sobre la comunicación digital interactiva. El autor condensa en tres partes: *El saber comunicacional – El hacer comunicacional – Hipermediaciones*, un conjunto de conversaciones científicas sobre este fenómeno contemporáneo: la comunicación digital interactiva.

En la primera parte: *El saber comunicacional*, Scolari hace un recorrido de contraste entre los estudios de la comunicación de masas y las nuevas formas posmasivas de comunicación, es decir, procesos de comunicación mediados por tecnologías digitales. Destaca la tensión que se vive a nivel de los estudios de comunicación entre el cientificismo y el ensayismo, un lastre que limita el peso institucional del campo; como reacción, muestra que algunos investigadores latinoamericanos, hacen énfasis en el carácter inter y trans-disciplinario de los estudios de comunicación y en la reivindicación de su autonomía científica. Para el autor, la llegada de la revolución digital ha desatado una verdadera crisis entre los modelos teóricos tradicionales de la comunicación, que tiene salida sólo en la medida que la comunicación, como campo científico-discursivo, en vez de un campo centrípeto, se asuma como un campo conversacional centrífugo, una red intertextual de conversaciones, que permita situar prácticas y discursos sociales.

El autor realiza un mapeo general de las conversaciones teóricas sobre la comunicación digital interactiva, a escala de los diferentes enunciadores y tipos de discursos que hablan de lo digital. Establece una rápida oposición entre las formas tradicionales de comunicación masiva y las nuevas formas de comunicación digital. Para tal efecto, plantea una arqueología semántica que va desde las *digitalizaciones*, pasando por las *hipertextualidades, reticularidades, interactividades*, hasta las *multimedialidades, convergencias y remediaciones*, como rasgos constitutivos y pertinentes de la nueva forma de comunicación.

También en esta primera parte, Scolari plantea el concepto de *– 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 tecno-lógicamente de manera reticular entre sí*” (p. 113-114). Como paráfrasis de la clásica expresión de Jesús Martín-Barbero: “perder el objeto para ganar el proceso”, Scolari propone un salto semántico al reflexionar sobre el concepto de *hipermediación* y sugiere: “perder la fascinación por los nuevos medios, para recuperar las hipermediaciones” (p. 116), reivindicando de esta forma el rol activo protagonista del receptor tradicional, transformado ahora en figura híbrida como ‘prosumidor’, simultáneamente productor y consumidor (p. 98). Finaliza planteando la necesidad de generar nuevos paradigmas teóricos que permitan entender lo que está pasando en el mundo de las comunicaciones digitales interactivas, diferenciando entre discursos teóricos y excesos ciber culturales.

La segunda parte: *El hacer comunicacional*, presenta en tres capítulos las grandes transformaciones que están afectando al ecosistema mediático. Desde las nuevas lógicas productivas del mundo digital, o sea, la economía política de las hipermediaciones, seguido por las bondades del hipertexto y la multimedialidad, que impregnan cada vez con mayor fuerza el mundo de los medios tradicionales de comunicación, hasta caracterizar las nuevas figuras del consumo digital, que demandan distinguir entre receptor, audiencia y usuario, para mejor comprender la construcción social del ciberusuario.

En la tercera y última parte: *Hipermediaciones*, el autor nos conecta nuevamente con su argumento central. Plantea, en sucesivas reflexiones, las nuevas subjetividades espacio temporales que están generando las tecnologías digitales en un contexto de movilidad y pluriubicidad. De esta forma, las tecnologías digitales, no sólo transforman el mundo, sino que también inciden poderosamente en la comprensión y percepción que tienen los sujetos de ese mundo. En ese sentido, para el autor, una “teoría de las hipermediaciones, debe saber moverse en un terreno discursivamente pantanoso, consolidando una sólida red de interlocutores a partir de los cuales comenzar a construir su propio recorrido epistemológico” (p. 144).

En nuestro concepto, este texto tiene el valioso mérito de colocar al lector en el centro de una de las mutaciones más estratégicas de la sociedad del siglo XXI: el ecosistema comunicativo digital interactivo. Con el advenimiento de los hipermedios posmasivos, ha hecho su aparición una serie, no despreciable, de *dis-continuidades* en relación con las tradicionales teorías de comunicación, como parte de la vida cotidiana y de nuestro entorno ciber cultural. Y allí la propuesta teórica de ‘*Hipermediaciones*’ de Scolari cobra todo su valor, porque es, ante todo, una clara invitación a ‘*activar una escucha teórica diferente, mucho más cauta y crítica*’, pero igualmente participativa, como rasgo distintivo de una comunicación digital interactiva.

Luis Ignacio Sierra Gutiérrez

Profesor Titular

Departamento de Comunicación

Facultad de Comunicación y Lenguaje