

RESSENYES

SCOLARI, Carlos

Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales
Barcelona: Gedisa (2004).

En una carta a *El País*¹, un lector es queixa de les incidències que provoca un mal disseny de les marquesines de les estacions d'autobusos de Barcelona: «Com si els ocells de Barcelona i de l'àrea metropolitana no haguessin de patir prou problemes per sobreviure entre aquesta natura alterada per l'home, evitant cotxes, edificis, cables elèctrics i caçadors, ara els hem instal·lat enormes trampes de vidre, grans superfícies de vidre col·locades a les seves zones de pas, contra les quals xoquen i cauen morts de sobte.» El mateix lector proposa com a solució l'ús de «vinils translúcids o de color per evitar aquesta tragèdia [sic]». L'amarga protesta d'aquest ciutadà posa de manifest que de vegades els objectes, tot i el seu atractiu i aparent bon disseny, ofereixen «problemes afegits» de comprensió i d'ús. Tal com diu Donald A. Norman: «Si és possible cometre un

error, algú el cometrà. El dissenyador ha de suposar que es cometran tots els errors possibles i realitzar el seu disseny amb l'objectiu de reduir al mínim la possibilitat d'error, per començar, o els seus defectes, un cop s'han comès» (NORMAN, 1990: 55).

Encara que molt més hàbils que els ocells de la carta del lector, els usuaris de les *interfaces* digitals també topem com a pardals contra la marquesina dels senyals confusos que generen el mal plantejament d'una web o de l'entorn d'un programa informàtic, per exemple. No obstant això, la solució no passa només —com apunta el lector— per posar «vinils» a la pantalla de l'ordinador, ja que el problema fonamental no és tant un error de disseny «físic», com conceptual.

Un entorn digital és, com afirma Pierre Lévy, una «xarxa cognitiva de conei-

1. «Cristales que matan». *El País*, secció Catalunya a Cartas al director, 13 de novembre del 2004.
2. Thompson descriu una «triconomia» bàsica de tipus d'interacció, una paleta que en combinar-la ofereix diferents gradacions cromàtiques d'interacció: a) *Interacció cara a cara*; b) *interacció mediàtica*, que implica l'ús de mitjans tècnics que permeten transmetre informació o contingut simbòlic a individus que es troben en llocs apartats, allunyats en el temps o els dos casos; i c) *interacció quasi mediàtica*, el tipus de relacions socials establertes pels mitjans de comunicació de masses, aquesta està relacionada a través de l'espai i el temps.

xements» (SCOLARI, 2004). Un mapa que «té la qualitat de representar una situació local. [...] [i] la funció principal d'aquesta imatge és transmetre informació situacional» (BUISSERET, 2004: 16). Els lectors d'aquest entorn participen, en certa manera, en una «quasiinteracció mediàtica²» on cerquen «pistes simbòliques que els puguin ajudar a orientar-se en les coordenades espaciotemporals d'un programa i del món que hi descriu» (THOMPSON, 1998: 131). Alhora l'usuari no es limita a interpretar les coordenades cognitives que li ofereix el dissenyador i —encara que la seva competència textual no sigui gaire bona— usa³ l'entorn digital tot estirant de la seva enciclopèdia els coneixements pertinents (tècnics o d'experiència) per entrar en contacte amb la *interface* que se li proposa.

Així doncs, tota aproximació a l'estudi dels entorns digitals —tal com ens proposa Scolari a *Hacer clic*— ha de partir del pressupòsit que la relació interactiva entre persona i ordinador no és automàtica, transparent i natural, sinó que està prenyada de complexos dispositius semiòtics (SCOLARI, 2004: 36). En altres paraules, les *interfaces* digitals estableixen narratives i textos que cal analitzar des de la perspectiva de disciplines com ara la teoria cognitiva, la semiòtica o la lingüística, hibridades amb d'altres de més tècniques com ara la informàtica o el disseny. Són estèrils o coixos, per tant, els estudis de les *interfaces* que només cerquen un propòsit *economètric* —que és cap on semblen derivar molts dels seguidors de l'usabilitat— amb la finalitat d'elaborar *guidelines* sobre com s'ha de dissenyar un entorn digital que afavoreixi una interacció efectiva amb els usuaris.

Per contra, el model semiòtic cognitiu que ens proposa Carlos Scolari és fresc i interessant. Un dels objectius d'Scolari és «superar el mite de la transparència de les

interfaces»; mite que ha esdevingut una constant tant en les diferents propostes teòriques que s'han aproximat a l'estudi de les interaccions digitals, com en les dels dissenyadors. Segons la *síndrome de la transparència*, la millor *interface* és aquella que desapareix: l'usuari no la sent en interaccionar-hi. Fent servir una analogia: unes ulleres són «transparents» fins que a un li molesten. Scolari repassa críticament les aportacions i limitacions de les propostes teòriques sobre la *interface* digital que s'inicien des de les primeres propostes d'entorns digitals gràfics (*user friendly*), com per exemple els d'Apple als anys vuitanta. Reflexions i teories lligades a l'evolució de les nocions del concepte d'*interface*: definit primerament per la informàtica com un pont d'intercanvi bidireccional d'informació; per arribar, més tard, a nocions més elaborades i que la conceben com un univers simbòlic d'interacció on es despleguen processos semio-cognitius complexos. Així, és interessant assenyalar que una bona part de les metàfores explicatives que es desenvoluparan per a l'anàlisi dels entorns digitals quedaran limitades per la definició d'*interface* de la qual parteixen.

Així, per exemple, la *metàfora conversacional* parteix de la utopia d'una interacció total amb una màquina intel·ligent capaç de dialogar amb l'home —a l'estil de l'ordinador Hal 9000 a *2001: una odissea a l'espai* (SCOLARI, 2004: 57)—, i el concepte d'*interface* que hi ha subjacent és bàsicament el de pont d'intercanvi de dades.

Molt més interessant és la *metàfora instrumental* que recupera part de les teories *protèsiques* de McLuhan i que caracteritzen les tecnologies de la comunicació com a extensions dels nostres sentits: «L'home, l'animal que construeix instruments com el llenguatge, l'escriptura o la ràdio, s'ha dedicat des de fa temps a

3. Fem servir aquí el concepte d'*ús* amb la definició d'Eco com una interpretació que desafura el límits establerts pel dissenyador o una fuga d'interpretants.

ampliar un o altre dels seus òrgans sensorials [...]» (citat a SCOLARI, 2004: 60). Per investigadors com ara Kay —parafraejant McLuhan—, la noció d'*extensió*, aplicada a la relació amb entorns digitals, supera la simple acció unidireccional, ja que «inclou les transformacions recíproques que pateixen el subjecte i l'objecte durant la interacció» (SCOLARI, 2004: 65). Pels defensors de la metàfora instrumental, l'usuari «s'allarga» o s'integra a la pantalla (desapareix) gràcies a l'ús del cursor amb el qual manipula els objectes, que alhora li comuniquen tant les seves possibles propietats i accions (*affordances*) com les seves limitacions (*constraints*). Tot i la influent aportació de la metàfora instrumental, Scolari considera que una autèntica i complexa reflexió teòrica sobre tots els processos implicats en la interacció amb els entorns digitals arriba amb la *metàfora espacial* o *arquitectònica*: les reflexions entorn de la *interface* digital se centren en el processos d'interacció —en un *interespai*— i s'inicia una certa ruptura amb l'obsessió per la interactivitat amb els objectes.

Cada una de les metàfores aporta una explicació parcial dels processos d'interacció als entorns digitals, i per aquesta raó —tal com afirma l'autor d'*Hacer clic*— haurien de ser el punt de partida dels dissenyadors, «però mai un pes mort que l'usuari hagi d'arrossegar durant tot el procés d'interacció». I, partint d'aquesta tesi, Scolari cerca nodrir el seu model de complexes reflexions fetes per la teoria cognitiva sobre els processos de comprensió i d'adquisició de coneixement per part de les persones.

Així, Scolari mostra les limitacions teòriques del concepte de model, marc, guió o *sceneggiature* i de la noció de «representació», sent sobretot vàlid per a l'anàlisi de les interaccions en un nivell superficial. El concepte de *model* parteix del cognitivisme tradicional, que considera que la cognició consisteix «en la representació d'un

món que és independent de la nostra aptitud perceptiva i cognitiva». Per contra, si el que es vol és investigar sobre sistemes complexos d'interacció —com els recorreguts d'un usuari en la web o per a l'ambient trànsit urbà—, la *teoria ontològica del disseny* desenvolupada per Winograd i Flores és de més utilitat. Teoria que concep l'adquisició del coneixement com un procés *enactiu* on s'emfasitza «la posada en obra d'un món i una ment a partir d'una història de la varietat d'accions que un ésser realitza al món» (Scolari, 2004: 96). O, en paraules d'Scolari: «El subjecte que coneix i l'objecte conegut es determinen l'un a l'altre i sorgeixen de forma simultània» (SCOLARI, 2004: 96). A partir d'aquesta base teòrica s'aixeca el *meta-model* semiocognitiu: «Les formes que adopten els continguts textuals en la pantalla interactiva i els dispositius que l'usuari fa servir durant la seva navegació també contribueixen a la producció de sentit» (SCOLARI, 2004: 103). El model semiocognitiu és interessant per la centralitat que li concedeix als processos de comunicació, entenent aquesta com un «procés de confrontació, d'establiment de contractes —en aquest cas un contracte d'interacció—, i eventualment violar-los per poder proposar-los de nou sota noves condicions».

Bibliografia

- NORMAN, D.A. (1998). *Psicología de los objetos cotidianos*. Barcelona: Nerea.
 THOMPSON, J.B. (2004). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
 BUISSERET, D. (2004). *La revolución cartográfica en Europa, 1480-1800*. Barcelona: Paidós.

José Manuel Jarque
 Professor de Periodisme
 del Departament de Periodisme
 de la Facultat de Ciències
 de la Comunicació de la UAB