

## ABSTRACT

*We understand digital technologies as a language that organizes new ways of doing. This fact leads us to one of its constitutive elements, metaphors, and to narratives considered as a way of using language. Nowadays computers are mediating cognitive processes and, consequently, professional practises themselves. It is paying attention to the sociocultural dynamics, always functioning, that we try to understand how men, together with machines, create, remake themselves and, at the same time, recreate ways of being together and, therefore, ways of doing and being in the world.*

Silvana Comba y Edgardo Toledo son magister en Comunicación Social de la Universidad Diego Portales, Chile, y licenciados en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina, donde se desempeñan como docentes e investigadores. Han publicado diversos ensayos en revistas latinoamericanas (*Tercer Milenio*, *La trama de la comunicación*, *Cuatro Letras*, *Exceter@*) y europeas (*Télos*, *Enredando.com*) en el ámbito específico de su trabajo de investigación en tecnologías digitales. E-mail: tangox@ciudad.com.ar

## SEGUNDA PARTE

## NUEVAS TECNOLOGÍAS DIGITALES, SISTEMAS COGNITIVOS Y CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES

RAFAEL DEL VILLAR

El objetivo de la primera parte de este número de *deSignis* es describir semióticamente la forma de funcionamiento de los corpus digitales y sus rupturas epistémicas con respecto a los textos culturales existentes; esta segunda parte, a partir de lo anterior, intenta problematizar los desafíos de las semióticas del mundo digital, detectando los desequilibrios de funcionamiento entre las estructuras cognitivas de los receptores y las pragmáticas multimediales concretas, además de la complejización analítica que implica el hecho de que las nuevas tecnologías digitales estén ligadas al surgimiento de nuevos procesos de construcción de identidades.

Podemos decir que la primera parte es fundamentalmente deductiva, busca una conceptualización teórica sobre la base de algunos datos concretos y/o del desarrollo de un dispositivo analítico que la torne inteligible validado en su coherencia interna; esta segunda, en cambio, se halla más cerca de lo inferencial. Salvo el trabajo de Nel ("Los regímenes escópicos de lo virtual") que se sitúa como mediador entre teoría y práctica, los artículos tienen la singularidad de situarse en lo real: 40 estudiantes de primer año de la Universidad de Utrecht (Van Oostendorp), 34 alumnos de 10 años pertenecientes a zonas del perímetro urbano de la ciudad de Poitiers (Dinet), 180 encuestas, 36 entrevistas en profundidad, 6 grupos focales y dibujos de 60 sujetos, en una muestra intencional estratificada por estrato social, género y segmento etario,

la mitad realizada en la ciudad de Antofagasta y la mitad en la de Temuco (Casas y Perillán); 120 encuestas, 24 entrevistas en profundidad, 3 grupos focales y dibujos de 40 sujetos, en la ciudad de Santiago (Del Villar), un corpus constituido por la totalidad de los sitios web de grandes tiendas, bancos, y revistas en Chile (Cortés). Por lo tanto, la segunda parte de este número de *deSignis* ancla en lo real, lo real con respecto a los protocolos de lectura de la microcultura infantil-juvenil (interrelacionando datos de la sociosemiótica con los datos de investigaciones cognitivas, en realidades aproximadamente similares); lo real con respecto a las relaciones entre sitios web y publicidad en una sociedad concreta.

De las páginas precedentes inferimos que estamos en presencia de una ruptura epistémica no sólo por el nacimiento de la hipertextualidad, sino porque los nuevos procesos de interacción, mutando los conceptos clásicos de obra, autor y lector, instalan un espacio conflictivo/cooperativo donde el papel de los protocolos interpretativos de los consumidores se torna digno de desentrañar. De allí, la importancia de anclar en los consumidores concretos de los hipertextos digitales y en la relación entre sus protocolos perceptivos y la forma de funcionamiento real de los hipermedios de la Web. Sabemos que los hipertextos de las nuevas tecnologías digitales implican nuevas formas de lectura y nuevas formas de escritura. La pregunta es si ambas son coherentes en su uso concreto. La respuesta de las páginas que siguen es que no existe tal coherencia. La detección de dicho desequilibrio es de enorme importancia para la producción multimedial, que requiere, para ser eficiente, de una semiótica de los corpus digitales capaz de enfrentar los desafíos de protocolos no solamente intelectivos sino perceptivos, y que se construyen en una interrelación polidialógica como extensiones del propio cuerpo.

La ausencia de dicha perspectiva se deja ver en las dificultades analíticas de enfrentar herramientas pertinentes para la producción multimedial. Mallender (1999), por ejemplo, desarrolla un manual para escribir multimedios y pone énfasis en la estructura lógica del escribir interactivo, lo que es equivalente al esfuerzo de Bou (1997) con respecto a su manual de cómo desarrollar un guión multimedial. Ambos, al igual que Fernández-Coca (1998), tienen como referencia última el concepto de guión propuesto por el cine narrativo clásico; esto es, una resemantización del concepto de guión narrativo —en condiciones de interactividad hipertextual, donde el lugar central lo ocupa el “mapa de navegación y la coherencia entre los lazos” (Mallender 1999: 47)— en la que se busca una coherencia lógica argumentativa. Del mismo modo que en el Cine Narrativo Clásico estudiado por Metz (1972), se trata de una coherencia lógica de índole narrativa, donde ahora los módulos, equivalentes a la función del guión demarcan el paso de una argumentación a otra.

Sin embargo, lo que demuestran las investigaciones de Dinet, Rouet y Passéroul es que “los jóvenes tienden a juzgar la pertinencia de una referencia según índices visuales (como la marca tipográfica) más que sobre la base de relaciones semánticas sobre la referencia y el tema” (Rouet y De La Passardière 1998: 149). Muchos docentes, ante el hecho de que los hipertextos tienen una estructura fragmentada e incoherente, recomiendan el uso de una interfaz denominada mapa de contenidos, concepto homólogo a hacer explícita la estructura del mapa de navegación de los manuales de producción multimedial. Pero lo que demuestra la investigación de Van Oosterdorp (“El efecto cognitivo de los mapas de contenidos en un hipertexto”) sobre 40 estudiantes de primer año de la universidad, aquí incluida, es que cuando no se tiene conocimiento acerca de lo que se pretende estudiar, esa macroestructura les impide ver la microestructura del texto, por lo cual se quedan sólo con la percepción general dada por la macroestructura: el reconocimiento de partes, y en definitiva los nuevos datos aportados por el hipertexto no son percibidos. La investigación de Dinet “El juicio de referencia documental en alumnos de 10 años” detecta que los alumnos olvidan mayoritariamente el tema de la investigación, lo que se acentúa por la falta de familiaridad con el tema, la extensión de la referencia a tratar y el grado de pertinencia de la referencia. Esto es, se observa que hay una forma de funcionamiento conceptual que no es asumida por el alumno de dicho segmento etario. La investigación sociosemiótica de Del Villar (“Nuevas tecnologías y construcción de identidades”) no hace más que confirmar el diagnóstico, en un lugar tan distante de Holanda y Francia como Santiago de Chile: la microcultura infantil-juvenil no tiene un comportamiento homogéneo; la mayor parte de la clase media alta y media baja no se implican por los personajes ni por la temática en lo relativo al consumo multimedial de videojuegos y videoanimación, sino por el componente audiovisual de la imagen. La identificación con los personajes es mayoritaria solamente en el estrato bajo. Por otra parte, todos los estratos (salvo el bajo) prefieren los videojuegos de aventura gráfica y de estrategia, por sobre los de combate que implican una relación fundamentalmente sensoriomotriz; en otros términos, la investigación plantea que la perspectiva peirceana de un dispositivo lógico operando como protocolo de la producción multimedial tiene una aplicabilidad restringida a un segmento socioeconómico, y a un segmento etario específico, y está lejos de ser universal. Por otra parte, podría pensarse que esto sólo es válido en Santiago, capital de Chile, zona industrial que concentra más de la mitad del país; sin embargo la investigación de Casas y Perillán (“El papel del videojuego en el proceso de construcción de identidades: Antofagasta y Temuco”) demuestra que es válido para provincias tan dispares como una minera (Antofagasta) y una

agrícola (Temuco). Esto es, se plantea con base empírica (y no meramente especulativa) que las nuevas tecnologías presuponen sistemas cognitivos y sistemas perceptivos concretos posiblemente aplicables no sólo a ciudades propiamente industriales y de servicios, sino también a un panorama más extenso más común a la totalidad de América latina (a su vez, agrícola y minera). Además, ambos estudios demuestran la estrecha relación entre el consumo de los corpus digitales y el surgimiento de nuevos procesos de construcción de identidades, que en muchos casos entra en conflicto con las clásicas conceptualizaciones psicoanalíticas y semióticas de sujeto.

Se detecta, así, otra forma de funcionamiento cultural que no sólo implica una nueva forma de lectura, sino una nueva forma de escritura que reclama una semiótica digital que salte, en una ruptura epistemológica, los límites estrechos propuestos por el contenidismo y la lógica tradicional; una semiótica multimedial que tome en serio a la imagen misma, en su cromatismo, su sonido, la angulación de la mirada, los encuadres, los planos, está absolutamente ausente.

El artículo de Cortés ("Posicionamiento visual en la Web: grandes tiendas, bancos, y revistas") no hace más que retomar, desde otro lado, del lado de la producción multimedial publicitaria, una variante del mismo problema: el uso publicitario de los sitios web de grandes tiendas, bancos y revistas no sigue, en general (desde un punto de vista cuantitativo de una totalidad de sitios chilenos 2001-2002), el posicionamiento publicitario planteado en sus campañas a través de afiches, logos, locales, guías de compras; y en el caso de las revistas, de sus portadas; esto es, no sólo no hay coherencia entre los sitios web y las estrategias publicitarias implementadas, sino que se reproduce el recorrido peirceano contenidista para lo cual, al igual que Lacan, el imaginario audiovisual es un no-lugar.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOU, G. (1997) *El guión multimedial*. Madrid: Anaya.
- FERNÁNDEZ-COCA, A. (1998) *Producción y diseño gráfico para la World Wide Web*. Barcelona: Paidós.
- MALLENDER, A. (1999) *Écrire pour le multimédia*. Paris: Dunod.
- METZ, C. (1972) *Essais sur la signification au cinéma, Tome II*. Paris: Klincksieck.
- ROUET, J.-F. y DE LA PASSARDIERE, B. (1998) *Hypermédiás et apprentissages*. Poitiers: Université de Poitiers.

## EL JUICIO DE REFERENCIA DOCUMENTAL EN ALUMNOS DE DIEZ AÑOS

JÉRÔME DINET

### 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, para la escuela básica, saber utilizar la computadora en busca de referencias bibliográficas es una necesidad y algo habitual. Sin embargo, a una pregunta documental dada, la computadora responde por lo general proponiendo un conjunto de resultados potencialmente pertinentes (listas más o menos largas de referencias). El alumno debe entonces seleccionar las referencias más pertinentes entre el conjunto propuesto. Esta etapa de selección es crucial puesto que el enfoque del objetivo inicialmente previsto (redactar un artículo, preparar una exposición, etc.) puede depender de ello. Pero, ¿cuáles son los procesos cognitivos subyacentes en esta actividad?

Idealmente y desde un punto de vista psicológico, evaluar la pertinencia de una referencia documental requiere dos actividades complementarias: por una parte, comprender de qué se "habla" en esa referencia; por otra, comparar la representación de su contenido con la representación del objetivo inicialmente construido (consignas y tema). En efecto, el tratamiento por el alumno de la declaración temática y las consignas implica un primer proceso de difusión de la activación cuyo objetivo es la construcción de una representación integrada y coherente de la pregunta y las consignas (Kintsch 1998; Van den Broek et al. 1999).