

## II. PUNTOS DE VISTA



## LA NUEVA RED SOCIAL

### ENTREVISTA A FAUSTO COLOMBO Y GIANFRANCO BETTETINI\*

**deSignis:** Su libro *Las nuevas tecnologías de la comunicación* ha sido publicado en 1993. En tiempos tecnológicos parece que hubiera pasado por lo menos un siglo... ¿Cuáles capítulos se deberían incluir en una nueva edición de ese texto?

**Fausto Colombo/Gianfranco Bettetini:** En efecto, nuestro libro puede considerarse en algunos aspectos descriptivos ciertamente superado. En particular, los nuevos temas que han surgido se conectan con el desarrollo de Internet, con la creciente convergencia tecnológica —y mediática en general— y con la redefinición de la relación entre las funciones de los medios, que en ese volumen habíamos claramente distinguido en comunicación, representación y conocimiento. En muchos de estos temas, los diferentes componentes de nuestro grupo de trabajo han continuado sus propias reflexiones. Podemos señalar al menos tres textos que, en nuestra opinión, condensan algunas adquisiciones significativas: el trabajo de G. Bettetini, S. Garassini, B. Gasparini, N. Vittadini (2001) sobre los nuevos instrumentos de la comunicación, el texto de F. Pasquali (2003) sobre los *new media* y los discursos sociales, y la introducción al estudio de los nuevos medios (Colombo 2003).

\* Los entrevistados han contestado por escrito y de manera conjunta a las preguntas de *deSignis*.

Sobre el tema de Internet nos parece importante la cuestión de una nueva dimensión de la reticularidad social. Quisiéramos vincular este tema más con las raíces de la modernidad y sus contradicciones (con la construcción de un individuo dependiente de una red de servicios pero también de control) que con el desarrollo tecnológico en cuanto tal. Digamos que nuestra atención, hoy, privilegia el contexto de difusión y las sinergias más que el medio “en sí mismo”. Respecto de la convergencia tecnológica, trabajamos siguiendo la idea de que no debe ser enfatizada, como sucede por ejemplo a propósito de la hipótesis de un terminal móvil a disposición de cualquier flujo (telefónico, televisivo, musical, etc.): es más, nos parece que podemos afirmar que junto a la convergencia tecnológica se afirman prácticas divergentes en el consumo; por ejemplo el retorno al viejo LP de vinilo e inclusive al Home Theater, que construye un cine dentro de la casa en vez de potenciar su consumo en red. Con respecto a la distinción entre funciones, estamos convencidos de que se diluye en el consumo *multitasking* y en la creciente actitud del usuario a realizar prácticas diversas “al mismo tiempo”. Aunque quizá no es necesario enfatizar demasiado este punto. En Internet circula una historia sobre este tema: “hablan tanto de *multitasking*, pero yo siempre leo un libro en la cama...”.

d: La “Escuela de Milán” se ha caracterizado, ya desde los años setenta, por llevar adelante un análisis exhaustivo de los lenguajes audiovisuales. Actualmente la producción teórica incluye también una reflexión sobre lo digital... ¿Cómo se ha verificado el pasaje de una semiótica del lenguaje audiovisual a una semiótica de las interfaces y de las interacciones? ¿Qué elementos (pienso en métodos, modelos teóricos, categorías de análisis, etc.) se agregaron en este pasaje? ¿Qué ha quedado en el camino en el paso de una semiótica a otra? FC/GB: En primer lugar, el pasaje a una semiótica de las interfaces ha significado el deslizamiento de un estudio de los productos a un estudio del intercambio, alterando de esta manera profundamente el mismo concepto de pragmática del lenguaje audiovisual. En efecto, no nos encontramos más frente a un *saber hacer* del usuario sino a un verdadero *hacer* (piensen por ejemplo en los videojuegos), inclusive si su terreno de acción es una forma de textualidad. En general, nos parece posible decir que esta atención corre paralela al interés creciente por los procesos de recepción de los medios, los cuales están a su vez conectados con las intuiciones de las diferentes teorías de la recepción y también con el impulso de los *Cultural Studies*. Quisiéramos subrayar aquí en particular la dimensión actual de la discusión a propósito del llamado “espectador activo”, que parece subrayar justamente la necesidad de una cierta laicidad de enfoque: la actividad no es de por sí algo mejor que la pasividad; la dimensión de hacer no debe cubrir con su sombra el papel

de los procesos cognitivos y de su despliegue en la recepción. Se trata de fenómenos que la semiótica, justamente, reivindica como su propio campo de estudio.

Naturalmente el cambio de atención desde el campo preponderantemente sintáctico de los años sesenta y setenta a aquel propiamente sintáctico-pragmático de los años ochenta y noventa, y de este al campo práctico-pragmático de hoy no ha dejado de tener consecuencias. Los temas de la narratividad, por un lado, y del autor implícito por otro, parecen pasar a segundo plano con respecto a la reflexión sobre el hipertexto que cruza el deconstruccionismo y el enfoque culturalógico. Pensamos por ejemplo en la segunda edición de *Writing Space* de David Bolter (2001 [2002]), pero inclusive en los trabajos de Castells.

d: ¿Pero estaríamos en presencia de un nuevo modelo...?

FC/GB: No diríamos que estos enfoques ofrecen nuevos modelos. Es más, nos parece que desde muchos puntos de vista ha terminado el tiempo de los modelos, con su inevitable rigidez. Imaginemos un espacio de estudio abierto y fluido, donde la científicidad esté dada por la autodisciplina de cada investigador, de la puesta en común entre los investigadores y de la correcta enunciación de los presupuestos...

d: La semiótica sin duda se ha enriquecido con la llegada de los *new media*: los investigadores han debido afrontar nuevos desafíos y problemáticas. Las nuevas categorías de análisis y conceptos que se han sumado a la semiótica con esta investigación... ¿pueden ahora ser aplicados a los estudios de los textos audiovisuales tradicionales, por ejemplo al cine? ¿Qué podría decirse del lenguaje cinematográfico si lo miramos desde el punto de vista de la interfaz y del hipertexto?

FC/GB: Si se evalúa la innovación tecnológica aplicada a un viejo *medium* como el cine, es obvio que las consecuencias son de dos tipos: por un lado, efectivamente, el cine cambia porque se contamina con las nuevas formas de representación; piensen por ejemplo en el impacto de los efectos especiales de la *computer graphics*. Por otro lado, la existencia de nuevos medios (videojuegos, Internet, DVD) cambia la relación con el cine al colocar la elección de un determinado consumo dentro de un espectro más vasto de opciones. Sin embargo, la impresión es que el lenguaje cinematográfico —entendido como fenómeno histórico y cultural— permanece en la base de cualquier evolución del lenguaje audiovisual. Lo que cambia, en todo caso, es su naturaleza textual. Un filme en DVD, por ejemplo, deja de ser simplemente un texto de primer nivel para transformarse en un objeto de metavisión crítica,



que puedo interrumpir, al cual le puedo modificar la lengua, agrandarle los encuadres, escuchar el comentario del director y demás cosas.

d: Respecto de diez años atrás, cuando la gran innovación parecía ser la realidad virtual y la alta definición, ahora la utopía digital parece ser menos efectista, casi austera: ahora la nueva frontera es el “pervasive computing”, un chip en cada objeto, todos conectados entre sí. En su artículo sobre la “comunicación sintética” ustedes hablaban precisamente de la computadora como “metaambiente”. Esta nueva realidad, en la cual el teléfono móvil “habla” con la televisión y el lavarropas “dialoga” con la PC, ¿qué tipo de desafío propone al mundo teórico? ¿Son suficientes las teorías hasta ahora desarrolladas para dar cuenta de una red de “objetos inteligentes que dialogan entre sí”?

FC/GB: El tema del objeto inteligente es de gran interés, a partir de la metáfora que lo sostiene. ¿En qué sentido se puede hablar de “inteligencia”? No queremos abrir el debate de la Inteligencia Artificial. Nos basta indicar que en cualquier modo la idea de inteligencia que estos artefactos sostienen es muy diferente de aquella que ha movido las primeras utopías informáticas. La inteligencia es, en este caso, principalmente una habilidad relacional que se manifiesta en la “usabilidad”. Más que la utilidad, nos interesa la simpatía de un lavarropas. Este algún día se romperá en su mecánica y sobre todo sus componentes no serán reparables (sólo sustituibles), pero al menos dialogará con nosotros. Estos objetos *juguetoideos* son inteligentes desde una perspectiva infantil. Son más que nada mágicos y sorprendentes. Imaginamos que en este caso la antropología puede ayudar a la semiótica.

Se puede decir lo mismo respecto de otros temas, por ejemplo el uso de Internet y el *sharing* de documentos. Podemos aplicar un modelo comunicativo, pero lo que cuenta es esa especie de economía del don que sustituye los habituales cálculos de eficiencia y eficacia. Una economía del don que, no es casual, se manifiesta en fenómenos no tecnológicos pero soportados por la red tecnológica como el *bookcrossing*, ese intercambio gratuito y anónimo de libros abandonados cuyo camino es seguido en Internet por los diferentes donadores. La antropología desempeñará un papel creciente en los estudios sobre los medios, por viejos o *new* que sean.

d: La investigación en el campo de la *Human-Computer Interaction* ha sido hegemonizada por las ciencias cognitivas, las cuales han terminado por imponer una visión instrumental del proceso de interacción (la interfaz como prótesis o extensión de nuestro cuerpo). ¿Puede la semiótica ofrecer una alternativa a esta visión bastante superficial del proceso de interacción?

FC/GB: En efecto, nuestra referencia a la antropología ayuda a aclarar que

no consideramos a ninguna ciencia en grado de monopolizar el debate sobre el tema. Nos parece que sólo una correcta interdisciplinariedad puede ayudar a los estudiosos –y, sobre todo, a los equipos de investigadores– a encuadrar algunos fenómenos relacionados con la convergencia. En particular la semiótica, la sociología, la psicología y la antropología están destinadas a dialogar siempre más estrechamente entre ellas, no con el objetivo de combinar sus propios modelos, sino sobre todo para ofrecer horizontes de sentido que aclaren la colocación de los diferentes problemas. Se trata, en definitiva, de formular buenas preguntas en vez de improvisar respuestas.

d: ¿Pueden indicarnos las principales líneas de investigación que se siguen en su institución? ¿En qué proyectos están trabajando actualmente?

FC: Gianfranco Bettetini dirige la Escuela Superior de Medios, Comunicación y Espectáculo de la Universidad Católica, la cual ha promovido en esta fase una serie de investigaciones sobre la relación entre la digitalización y las identidades culturales, con especial énfasis en la multiculturalidad desde un punto de vista sociosemiótico. Y yo, además de dirigir el Observatorio de la Comunicación, siempre en la Universidad Católica de Milán, represento a Italia en la *Action 20* de la red europea COST dedicada al impacto de Internet sobre los *old media*.

*Entrevista realizada por Carlos A. Scolari*

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BETTETINI, G., GARASSINI, S., GASPARINI, B. y VITTADINI, N. (2001) *I nuovi strumenti del comunicare*. Milán: Bompiani.
- BOLTER, D. (2002) *Lo spazio dello scrivere. Computer, ipertesto e la ri-mediazione della stampa*. Milán: Vita e Pensiero (ed. orig. *Writing Space. Computer, hypertext and the remediation of print*, 2ª ed., 2001).
- COLOMBO, F. (2003) *Introduzione allo studio dei media*. Roma: Carocci.
- PASQUALI, F. (2003) *I nuovi media. Tecnologie e discorsi sociali*. Roma: Carocci.

Gianfranco Bettetini es director de la Escuela Superior de Medios, Comunicación y Espectáculo de la Universidad Católica de Milán, donde enseña Teoría y técnica de las comunicaciones sociales. Autor de obras de referencia en la semiótica audiovisual como *Tempo del senso* (1979), *La conversazione audiovisiva* (1984), *Il segno dell'informatica* (1987), *La simulazione audiovisiva* (1991), *Le nuove tecnologie della comunicazione* (1993)

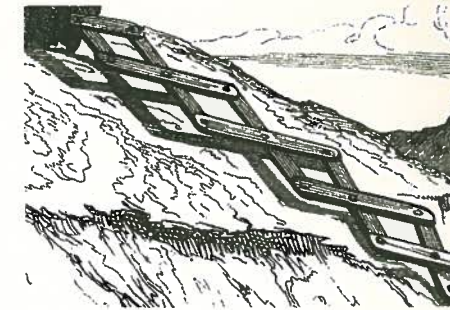
con F. Colombo, y *Gli spazi dell'ipertesto* (1999) con N. Vittadini y B. Gasparini.  
E-mail: gianfranco.bettetini@unicatt.it

**Fausto Colombo** es director del Observatorio de la Comunicación de la Universidad Católica de Milán, en la cual se desempeña como docente e investigador. Autor de *Gli archivi imperfetti* (1986), *I persuasori non occulti* (1989), *Ombre sintetiche* (1990), *Le nuove tecnologie della comunicazione* (1993) con G. Bettetini e *Il testo visibile* (1996) con R. Eugeni. E-mail: fausto.colombo@unicatt.it

**Carlos A. Scolari** es coordinador de la Licenciatura de Periodismo de la Universidad de Vic, donde enseña Teorías de la Comunicación y Fundamentos de Comunicación Digital. Doctor en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación por la Universidad Católica de Milán. E-mail: carlos.scolari@uvic.es

EL DISCURSO DE LA WEB  
SEMIOLOGÍA DE LA WEB  
DISEÑO DE LA WEB

### III. DISCUSIÓN



La Web es un espacio de escritura por el que se crea un discurso de manera colectiva y colaborativa. Este discurso se construye a través de la interacción de los usuarios y se organiza de manera jerárquica y no lineal. El discurso de la Web es un discurso de la comunicación digital que se caracteriza por su naturaleza multimedia y su capacidad de ser actualizado y modificado en cualquier momento. Este discurso se construye a través de la interacción de los usuarios y se organiza de manera jerárquica y no lineal. El discurso de la Web es un discurso de la comunicación digital que se caracteriza por su naturaleza multimedia y su capacidad de ser actualizado y modificado en cualquier momento.

Este discurso de la Web es un discurso de la comunicación digital que se caracteriza por su naturaleza multimedia y su capacidad de ser actualizado y modificado en cualquier momento. Este discurso se construye a través de la interacción de los usuarios y se organiza de manera jerárquica y no lineal. El discurso de la Web es un discurso de la comunicación digital que se caracteriza por su naturaleza multimedia y su capacidad de ser actualizado y modificado en cualquier momento.