

Hipermedialidad en el proceso comunicativo

Hypermediality in the communicative process

Diana Isabel Ocampo Cano¹

Recibido: 25/11/2017 - Aceptado: 20/12/2017

Cómo citar este artículo: Ocampo, D. (2017). Hipermedialidad en el proceso comunicativo. *e-ikon*, vol. 4, (1), 8- 11.

Resumen

Las herramientas hipertextuales, multimedia, hipermedia y transmedia; han permitido que la comunicación y el relato que concibe una identidad en línea se fortalezca, irónicamente, por medio del discurso individual dentro de un medio de carácter social, donde los individuos se representan bajo unas nuevas directrices, por lo general, asociadas con la promoción de productos o servicios. Los datos a los que accedemos y generamos constantemente y la información que el sujeto comparte voluntariamente en estos espacios, define las nuevas formas de comunicación. La no linealidad es ahora el nuevo paradigma no solo del conocimiento sino también del comportamiento humano.

Palabras clave: hipermedia, transmedia, redes sociales, ciberespacio, identidad

Abstract

The hipertext tools, multimedia, hypermedia and transmedia; have allowed the communication and the narrative that conceives an online identity to be strengthened, ironically, through individual discourse within a social medium, where individuals are represented under new guidelines, usually associated with the promotion of products or services. The data that we access and generate constantly and the information that the subject voluntarily shares in these spaces, defines the new forms of communication. Non-linearity is now the new paradigm not only of knowledge but also of human behavior.

¹ Diseñadora Visual. Especialista en Comunicación y Narrativas Digitales. Docente del programa Diseño Visual Digital de la Facultad de Diseño y Comunicación, Institución Universitaria EAM. Correo electrónico: docampo@eam.edu.co

Keywords: Hypermedia, transmedia, social networks, cyberspace, identity

¿Qué posibilidades comunicativas se despliegan en un mundo hipermediado?

Gergen manifiesta que “Cualquier cosa que se diga sobre el mundo o sobre el yo tiene que ser entrecomillada. Si es sensato, ya fue dicho. Lo mejor que puede hacer uno es reordenar –lo decible–” (Gergen, 2006, p. 146). La capacidad que tiene un “mundo hipermediado” de multiplicar ampliamente el número de nodos en una red, abriendo la posibilidad de estar en múltiples lugares a la vez y de construir y reconstruir nuevos recorridos y caminos que se bifurcan cada vez, permite que las proyecciones y posibilidades del individuo (o las organizaciones) se pluralicen en función de las distintas necesidades comunicativas emergentes. En este sentido un ente indivisible con una identidad particular puede llegar a convertirse en un ser multidimensional, limitado únicamente por las convenciones que rigen su interacción.

La capacidad de crear y mantener estas diferentes proyecciones y múltiples conexiones hipermediales puede llegar a convertirse en una herramienta de adaptación social interesante en su complejidad, aunque también presenta el riesgo de desencadenar una sobre exaltación del simulacro y lo superfluo, al no dar cabida ni tiempo al desarrollo profundo que permite la transformación de datos en conocimiento, quedándose únicamente en una carrera compulsiva y ficcional carente de contenido.

Ciberespacio

Al realizar una búsqueda en Google la primera definición que encontramos de Ciberespacio dice que esta palabra hace referencia a un “*Espacio virtual creado con medios cibernéticos*”. Si realizamos una búsqueda desde la etimología de la palabra encontramos que el prefijo “*ciber*”, utilizado ampliamente en las comunidades de Internet para denominar conceptos relacionados con las redes (cibercultura, ciberespacio, cibernauta, etc.), implica la idea de “conducción” o de “control”. De hecho, la palabra *kyber* (timón), en griego, tiene que ver con quien conduce los barcos: el timonel, y su origen es la palabra griega *kibernao*, que significa pilotar una nave.

La palabra “*ciberespacio*” como la entendemos hoy, fue acuñada por William Gibson en 1984, en su novela *Neuromante*. Allí, Gibson, designaba por medio de este término un universo de redes digitales, un espacio virtual en el cual se llevaban a cabo las disputas entre multinacionales y se desarrollaban diferentes tipos de conflictos a través de una nueva frontera económica y cultural. A partir de entonces este término a reunido innumerables manifestaciones surgidas del intercambio de datos e información, mediado entre máquinas y seres humanos, dando origen a lo que conocemos como “*cibercultura*”. El ciberespacio se puede definir entonces como un espacio virtual de comunicación mediado por la conexión global a los ordenadores, en el cual confluyen los datos y la información digitalizada proveniente de diferentes dispositivos y fuentes. En la actualidad, podemos

considerar al ciberespacio como el principal canal de comunicación y soporte de memoria de la humanidad.

¿De qué manera la categoría ciberespacio está modificando la noción de tiempo y espacio?

En cuanto a los procesos de modificación del comportamiento y percepción en entornos virtuales, Martínez y Solano (2003) exponen algunos elementos que determinan estas conductas en el ciberespacio con relación a la noción del espacio y el tiempo:

El espacio: Espacio como distancia: referido a la separación entre los interlocutores. Espacio como entorno: donde la cultura es el elemento personalizador del mismo.

El tiempo: En el ciberespacio, el tiempo queda eliminado al ser eliminado el espacio. El tiempo como entorno: se refiere al tiempo vivido por el sujeto, que es un factor determinante en el desarrollo de una cultura.

Las formas de comunicarnos que han surgido gracias a la aparición de internet han trascendido la manera en que tradicionalmente entendíamos el espacio y el tiempo, ha resignificado estos conceptos, al menos en muchos de los campos del accionar humano, sobre todo en el campo de la comunicación. La inmediatez que supone el ciberespacio posibilita formas ampliadas de interacción. La posibilidad de desplazarnos casi inmediatamente de un lugar a otro, al menos virtualmente (y en el mundo análogo, relativamente en poco tiempo), incluye a la cultura (o a la multiculturalidad) como un factor configurador del ciberespacio.

Los cambios que el encuentro de culturas a aportado al ciberespacio (lo que igualmente ha contribuido a una uniformidad cultural), y por otra parte, la cultura que surge de estas nuevas concepciones espacio-temporales, configuran lo que hoy llamamos “sociedad de la información”, la cual se caracteriza por nuevas formas no solo en las relaciones e interacciones sociales y económicas, sino también por una necesidad de comprensión de dichos procesos que permita encaminar los fenómenos emergentes asociados a la producción y gestión de datos e información ligados a la interconectividad propia de los procesos informáticos.

Podemos decir entonces que gracias a las nuevas condiciones de simultaneidad, inmediatez y posibilidades de transmisión de la información en *tiempo real*, es posible experimentar espacios superpuestos, entre físicos o análogos y virtuales. Entendemos el ciberespacio como ese espacio virtual en el que comunicamos y que permite gestionar datos e información y que al mismo tiempo se superpone a la experiencia de un tiempo en el que se desarrollan diferentes acontecimientos ligados a experiencias. Entre estos espacios y tiempos, análogos y virtuales, existe una relación directa (mas no exclusiva) la cual requiere de un punto de contacto que posibilite el intercambio entre seres humanos y máquinas, según sea el tipo de relación que se genere; y ya que el espacio virtual carece de una existencia física, son las interfaces las que juegan un papel fundamental sirviendo de metáfora que permita interactuar con estas nuevas condiciones espacio-temporales.

Siendo el objeto de estudio la comunicación, y en mi caso particular, la imagen, es importante pensar estos fenómenos desde la academia y la práctica a partir de las diferentes dimensiones que involucran.

Comprender los procesos que interviene en el manejo de la información, hoy más que nunca, es fundamental a la hora de entender las nuevas formas de interacción social y de codificación en los procesos comunicativos, no solo para entender sino para proyectar escenarios posibles y diseñar futuros deseables.

Referencias bibliográficas

Gergen, K. (2006). *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.

Martínez, F. y Solano, I. (2003). *El proceso comunicativo en situaciones virtuales*, en Martínez, F. (comp): *Redes de comunicación en la enseñanza*, Barcelona, Paidós, 13-29.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. [Informe al Consejo de Europa]. Prólogo: Manuel Medina. Barcelona: Rubí; México: Anthropos Universidad Autónoma Metropolitana.