

Giafranco Bettetini y Fausto Colombo (eds.): *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1995.

Este es un libro indispensable para quien se enfrenta a la investigación sobre las nuevas tecnologías de la comunicación; aparece firmado en la cubierta por G. Bettitini y F. Colombo, aunque su contenido es elaborado por diversos autores que participan en sus seis capítulos (S. Garassini, B. Gasparini, N. Vittadini, P. Aroldi, P. Vidali).

G. Bettitini y F. Colombo nos dicen al comienzo del prefacio: "Este libro nace de la exigencia que parece hacerse cada vez más apremiante: la de efectuar una reflexión orgánica sobre la aportación de las nuevas tecnologías de la comunicación al desarrollo, y en cualquier caso, a la transformación de las vivencias sociales, sobre todo en las sociedades avanzadas".

Frente a la explosión de la literatura técnica y publicitaria sobre este tema, muy sectorial y tecnicista, sobre todo la realizada por un gran número de revistas informáticas, la obra se presenta desde los distintos puntos de vista que ofrece la multidisciplinariedad.

En este espléndido libro se reencuentran las disciplinas técnicas que nos organizan e introducen en la evolución de los ingenios creados por la informática (*computer graphics*, realidad virtual, redes, bancos de datos, *CD-ROM*, etc.), así como otras disciplinas humanistas y sociales. La Semiótica también se instala en el desarrollo de los planteamientos que estos autores nos muestran en su investigación sobre comunicación y tecnología.

La obra se estructura alrededor de una reflexión interpretativa globalizadora, escrita como un manual abierto (según sus autores), que

nos motivan una infinitud de posibles caminos para indagar desde sus diversas hipótesis.

El capítulo introductorio, "*Tecnología y comunicación*" de G. Bettetini (pp.15-38), desde la definición de interactividad y los *media* interactivos, nos muestra cómo las nuevas tecnologías son novedad en el contexto social por cuanto permiten realizar de manera diferente algunos tipos de actividad. Es muy interesante su taxonomía de estos nuevos *media*, según la representación, la comunicación y el conocimiento, donde con brevedad analiza la textualidad producida por la nueva tecnología. "La interacción hombre-máquina de la *Computer Graphics* se sitúa en una posición intermedia entre la conversación textual de naturaleza simbólica-inmanente a todo texto y situada en la relación entre dos sujetos simbólicos: el enunciador y el enunciatario- y un intercambio comunicativo concreto" (p.34). Su participación finaliza con la presentación de una teoría de la comunicación tecnológica de la que los siguientes capítulos se ocuparán.

Los tres siguientes se organizan en base de su función, representación, comunicación y conocimiento. Estos a su vez, se articulan en una sección más descriptiva (los medios) y una más interpretativa (el dato teórico).

En el segundo capítulo "Representar con los nuevos *media*", S. Garassini y B. Gasparini reúnen una terminología elemental de la imagen digital, de su proceso de creación, sus aplicaciones y su incursión en los *media* tradicionales. Además, elaboran un plan perfecto para describir un mundo autónomo construido por la *Computer Graphics*, que no responde a las leyes de la realidad, sino que está autorregulado: "cada elemento responde a las lógicas establecidas por el ideador de ese microuniverso y encerradas en el modelo numérico anterior a cualquier imagen". Con esto, nos aproximan a los mundos virtuales, donde se discuten temas tan apasionantes como la simulación, los modelos y su referencia, la virtualidad y la realidad, la verdad y la falsedad, etc. "Para los signos de la *Computer Graphics* y aún más para las imágenes que pueblan los mundos virtuales, el problema de la referencia a un original pierde buena parte de su importancia frente a la nueva materialidad de iconos... estas imágenes tienen carácter de objetos latentes, sepultados en la memoria de un ordenador hasta que la energía y la fuerza de un espect-actor llega a despertarlos y a actualizarlos en la pantalla" (p.95)

En el tercer capítulo "Comunicar con los nuevos *media*", Nicoletta Vittadini hace referencia desde el principio a la capacidad de los *media* de crear un contacto, una relación entre comunicantes, y "por tanto, de constituir la lógica evolución de medios más clásicos como el teléfono y el

telégrafo". Tras un breve repaso a los canales como los satélites, las fibras ópticas, etc. y a los interfases como el videotel, profundiza en el sentido de la interacción (definición, niveles y problemas) dentro de la comunicación con los nuevos *media*.

Con gran lucidez aprovecha el desplazamiento terminológico de interacción a interactividad, para afirmar que los *media interactivos* simulan interacciones comunicativas, "o sea, imitan la interacción a través de un sistema mecánico o electrónico" (p.162).

Además, Nicoletta Vittadini asienta su análisis en la instalación de un enunciador y un enunciatario en el texto: "el texto tiene en sí un conjunto de huellas que identifican dos instancias abstractas, el enunciador y el enunciatario, que organizan el texto de modo que hacen surgir de él la representación de un intercambio dialógico" (p.159).

El capítulo cuarto co-escrito por P. Aroldi, S. Garassini, B. Gasparini, N. Vittadini, nos presenta un tema no menos interesante: "Conocer con los nuevos *media*". Desde la exposición descriptiva de los medios, nos diferencian entre dos formas de consulta, la dedicada a las redes que llaman formas de consulta a distancia, y las segundas, a las que denominan metafóricamente almacenes (CD-ROM).

La hipótesis que nos proponen es la existencia de un nivel informático y un nivel de gestión que pueden ser descritos como dos subsistemas introducidos el uno en el otro, complementarios como la memoria a largo plazo y la de corto plazo: "...la memoria a corto plazo, encargada de recibir las informaciones sensoriales, interpretarlas, formalizarlas y encaminarlas al almacén...la memoria a largo plazo está constituida, en cambio, por el sistema informático, el depósito dentro del cual efectuar la búsqueda..." (p.227).

Los últimos capítulos, como nos dicen G. Bettetini y F. Colombo en su prefacio, están más en una línea globalizadora que reexamina las cuestiones sobre las nuevas tecnologías desde la óptica que les facilita la sociología y la reflexión filosófica.

El capítulo escrito por Fausto Colombo, "La comunicación sintética", estudia por un lado el efecto de informatización, y por otro, la matriz de las transformaciones del universo de los medios.

En su reflexión sobre una sociedad sintética se nos pide que sobre la idea de vivencias tecnológicas a las que él ha denominado comunicación sintética, sean examinadas sin marcar las diferencias entre las tecnologías y su uso social.

Al final, nos acerca una definición de su propuesta inicial, donde la comunicación sintética se basa "en una construcción de identidades socia-

les paralelas, basadas desde el punto de vista espacio-temporal en una especie de paralelismo dimensional y desde el de las características, por así decirlo, estructurales en un sistema de reglas propiamente comunicativas, en una representación de la comunicación tecnológica como flujo, en fin, en la movilidad y la variabilidad de las agregaciones" (p.256).

El último capítulo, y su situación no le resta valor, Paolo Vidali titula "Experiencia y comunicación en los nuevos *media*" a una interesante exposición sobre la experiencia del usuario convertido en viajero digital, "un electronauta consciente de que viaja".

Desde esta posición introductoria, nos formula la siguiente hipótesis: "Se comunica no cuando se intercambia sino cuando se reconoce competencia comunicativa al interlocutor o al aparato con el que se establece relación" (p.282) De lo cual obtiene entre otras conclusiones, la idea de una comunicación que no necesita una referencialidad externa, que "requiere una pérdida de centralidad que se convierte en la humildad del cierre sistémico..." (p.284)

En este camino, es importante subrayar como esta obra se suma al trabajo de otros autores que indagan sobre el universo informático que configura nuevas formas de representación y comunicación, o en el modo de alterar las vías tradicionales del conocimiento y las actitudes sociales.

Desde la visión globalizadora de la obra, destaca el cuidadoso esmero puesto en el estudio de la imagen virtual que late en el interior de un ordenador para actualizarse en la relación con el usuario. S. Zunzunegui también destaca esta idea: "Baste pensar en la distancia que existe entre el programa que la hace posible y la obra que surge del mismo. El paso de la potencia a la presencia, de la latencia a la emergencia en términos visuales, se constituye sobre un recorrido, sobre un salto tecnológico y conceptual que implica una transformación cualitativa" (*Pensar la imagen*. Madrid, Cátedra, 1992, pp. 241-242).

El hacer informático y la globalización de la comunicación, se logra mediante la digitalización de la información y su transmisión a la velocidad de la luz a través de fibras ópticas. M. A. Vázquez Medel observa como "los cambios que tales procesos provocarán van a afectar todas las dimensiones y niveles de la existencia humana: desde la experiencia del espacio y del tiempo (deslocalización y destemporalización) hasta la propia imagen del yo y de la persona" ("Las autopistas de la información y el nuevo homomedia del futuro", en *Vela Mayor. Revista Anaya de Educación*. Monográfico sobre Medios de Comunicación y Escuela, 1994, pp: 61-72).

El volumen que presentamos se suma a la investigación que otros autores han tratado como Y. Masuda, R. Gubern, S.G. Jones, o los mencionados anteriormente, pero debemos concluir con palabras de admiración, porque con este libro tenemos un trabajo inmejorable regido por una gran seriedad y rigurosidad científica, que presuponemos sin riesgo a equivocarnos, se convertirá pronto en una obra de consulta obligada.

Para terminar con sus palabras, G. Betettini y F. Colombo destacan que son "los resultados de una amplia investigación, realizada a lo largo de varios años en el ámbito del Instituto de Ciencias de la Comunicación y del Espectáculo de la Universidad Católica de Milán, y que por eso se configura como una exposición a varias voces."

Pues por el momento celebremos con entusiasmo esta aportación luminosa al no difícil conocimiento que construyen las nuevas tecnologías como se ha dado en llamar, a la insertación de la informática en los medios de comunicación.

Fernando R. Contreras Medina