

Universidad Carlos III. Madrid

Tenemos que empezar a ver lo que hay al otro lado de la pantalla del ordenador como un mundo virtual

Antonio Rodríguez de las Heras, Catedrático de Historia Contemporánea y director del Instituto de Cultura y Tecnología de la Universidad Carlos III de Madrid.

En pocos años hemos asistido a una profunda revolución tecnológica que nos ha llevado de la perforadora de tarjetas a la creación de mundos virtuales. Antonio Rodríguez de las Heras lleva 35 años estudiando las consecuencias que sobre el mundo de la comunicación, y en especial la comunicación escrita, tiene la implantación de toda esta tecnología digital.



Montserrat Álvarez

Antonio Rodríguez de las Heras

No es común comenzar una entrevista llamando visionario al entrevistado, pero de qué otro modo se puede calificar a quien, ya en 1975, centró su labor de investigación en el estudio de las transformaciones que podrían darse en la sociedad como consecuencia de la aparición de nuevas tecnologías.

"Empecé con una perforadora de tarjetas -nos cuenta- planteando los posibles efectos que tendría sobre la sociedad. Desde entonces, he dedicado toda mi carrera académica al estudio de las transformaciones que se están produciendo, fruto de la aparición de las tecnologías digitales. Me he centrado especialmente en la evolución de la cultura escrita; en cómo esta cultura, basada en el papel, en la página y en el libro código, soporte y pilar de nuestra cultura, empieza a cambiar aceleradamente desde el momento en que el papel deja de ser el soporte definitivo. El espacio de lectura y escritura ya no es la página sino la pantalla, y el artefacto principal para moverse por ese texto ya no es el libro código, sino una máquina electrónica. También me interesan mucho los cambios que se producen en el campo de la educación".

Nuevos modos de comunicación

"A pesar de que los avances tecnológicos han sido espectaculares - continúa - esto sólo es el comienzo; llevamos tan pocos años que realmente aún estamos corriendo por la pista pero el avión ni siquiera se ha levantado. Los cambios van a ser muchas y a todos los niveles, pero a mí me preocupan especialmente los de la cultura escrita". De todos es sabido que, en todo proceso comunicativo, intervienen diferentes elementos, los principales: emisor, receptor, mensaje y medio. El profesor Rodríguez de las Heras nos ayuda a entender qué cambios se van a operar en todos ellos.

"Desde luego los emisores de la comunicación están sujetos a una profunda transformación. Y la razón es que van por detrás de los receptores, lo que produce un desajuste entre la demanda y lo que se ofrece. Un ejemplo de ese desajuste se da en el sector más desinhibido de la población, los niños. De ellos decimos que leen menos, que entienden menos, que son más torpes. Nada de esto es cierto: su cerebro tiene ya unas formas de recepción que no corresponden con las emisiones dominantes que todavía se realizan sobre la hoja de papel. No quiere decir que no sean lectores, es que son lectores de otra manera".

Decimos de los niños que no leen, que entienden menos.... Nada de esto es cierto; no es que no sean lectores, son lectores pero de otra manera.

Lo cierto es que es lo mismo que nos pasa a los adultos pero en sentido inverso; a nosotros lo que nos cuesta es adaptarnos a las nuevas tecnologías.

"Sí, es cierto - apunta- aunque, curiosamente, nos hemos adaptado mucho mejor a los cambios producidos en lo audiovisual que en lo escrito: la razón es que culturalmente siempre ha pesado menos lo icónico que lo escrito. Por ejemplo, las diferencias entre *Lo que el viento se llevó* y una serie de televisión actual son enormes y sin embargo hemos sabido asimilarlas sin problemas".

Quizás por eso son muchos los que auguran que caminamos hacia la hegemonía de lo audiovisual. El profesor Rodríguez de las Heras no está de acuerdo con esa visión catastrofista según la cual la gente dejará de leer debido a esa imposición de la cultura audiovisual sobre la escrita.

"Creo que lo que se va a producir es una fusión entre ambas culturas; la palabra, la imagen y el sonido congeniarán de una manera distinta a cuando resultaban ajenos porque sus soportes eran diferentes: la palabra residía, principalmente, sobre el papel, la música sobre el vinilo y la imagen sobre el celuloide. Ahora residen en el mismo soporte y con el mismo código; el soporte es el digital y el código el binario; de la misma manera que *dices casa* con ceros y unos, *dibujas* la casa con ceros y unos. Eso lleva a una fusión técnica que pone el terreno a disposición de los creadores para que utilicen un nuevo lenguaje: **la escritura multimedia**. Ahora disponen de un tintero en el que pueden tomar una gota de tinta digital con la que escribir un sonido, una imagen estática, una imagen cinética....

Y eso sólo es el principio, porque cuando las palabras y las imágenes ya no residen sobre papel, sino sobre soporte digital, las primeras se pueden colocar no sólo a los lados o debajo de una imagen, sino detrás de ésta de forma que el lector puede explorar la imagen y desplegarla para descubrir lo que oculta. Son las nuevas formas de **lecturas no secuenciales y a la vez no caóticas** que hay que ir aprendiendo".

El periodismo, un sector seriamente afectado

Ante esta perspectiva de profundo cambio el periodismo será una de las actividades más afectadas por la aparición de la tecnología digital, Rodríguez de las Heras lo tiene claro, "el periodismo está cambiando enormemente - me contesta-, es uno de los campos más llamativos y representativos de la necesidad de una remodelación total. Tiene que replantearse sus formas, si lo hace no tiene por qué desaparecer como muchos auguran. De hecho, estos nuevos planteamientos ya se están produciendo. Por ejemplo, en mundo globalizado como el nuestro, ni la CNN, (por decir una de las empresas más representativas), puede estar ya en todas las partes; no hay posibilidad material de sostener un corresponsal en cada parte del mundo cubriendo todos los acontecimientos. Pero fíjese que se ha producido una simbiosis entre el ciudadano y la gran empresa; donde no puede llegar una cámara de la CNN, está el

móvil de un ciudadano. Se crea un fenómeno de capilaridad: donde ya no pueden llegar las arterias de los grandes medios, aparecen los capilares de los ciudadanos. Esto hará que la visión del mundo fluya de una manera muchísimo más rica; si el periodismo replantea su función de esta manera encontrará beneficios, si se empeña en seguir como antaño veremos problemas económicos y el cierre de empresas, como ya está ocurriendo".

¿Y el periódico? Pregunto inmediatamente.

"Esto es ya otra historia - contesta-; el soporte papel está muy afectado. La propia esencia de lo que retiene el papel tal y como está construido, difícilmente puede competir con el soporte digital. Preguntémosnos, por ejemplo, cómo los receptores llegan a las noticias del día. Hasta ahora lo normal era hacerlo a través de la primera plana de un periódico; se trata de una página muy bien estudiada con una orientación y una jerarquización de las noticias que luego se desarrollan dentro. El receptor llegaba a la noticia primero a través de la cabecera de un periódico, luego de su primera página y luego de su desarrollo en el interior. Esto ha cambiado notablemente. Ahora los receptores llegan a través de Twitter, de Google, de Facebook....

El soporte papel está muy afectado.... difícilmente puede competir con el soporte digital.

Cada vez son menos las personas que llegan a una noticia consultando un periódico, y no me refiero sólo al periódico en soporte papel, sino también a sus versiones digitales. Ahora abren la página de Google o Twitter, teclean una palabra clave para que les remita a un serie de páginas y seleccionan la que prefieren para informarse".

Ante este panorama, son muchas las voces que auguran un negro futuro para la prensa, muchas de ellas apuestan incluso por su desaparición. El análisis que el profesor Rodríguez de las Heras realiza es también duro y realista.

"Mi diagnóstico es que el periódico como tal está obsoleto, en el ecosistema informativo en que vivía han aparecido otros elementos que le están debilitado y desplazado. ¿Vías de futuro? Una es el derrumbe absoluto. Otra, el desarrollo de capacidades que estaban en potencia porque el medio no se lo había exigido. Una tercera, que el periódico quede reducido a un pequeño nicho de mercado como ya le pasó al vinilo, hoy dirigido a nostálgicos y coleccionistas.

Personalmente, no descarto la posibilidad del derrumbe y la verdad es que capacidades nuevas no las encuentro. Sólo veo una salida, y es que quede reducido a un pequeño sector del mercado pero eso sí, bajo un nuevo formato digital: e-readers, e-books. Se trataría de una vía, en la que abandonando el soporte papel, sí se mantendrían las estructuras propias de la prensa (cabecera, primera plana, estructura, jerarquización.). Pero se plantean dos grandes incógnitas: si va a ser sostenible económicamente, y si el lector continuará aceptando una estructura que, aún presentada en soporte digital, ya no encaja en las actuales multimedia.

Nuevos retos también para el libro

Otro de los grandes afectados será el libro: ¿Hacia dónde camina? ¿Desaparecerá? El debate lleva años encima de la mesa. En este caso, nuestro experto sí ve una clara reconversión; su tesis es que el libro, después de un duro proceso de transformación multimedia, tendrá su lugar en la red.

"Uno de los caminos que las editoriales tienen que explorar se basa en el *patrimonio libresco de la humanidad*: durante cientos de años hemos estado escribiendo para un libro código que se tiene que salvar. Siempre habrá lectores para esos libros, lo que sucede es que ya no habrá ese lector privilegiado que puede volar a Oxford para consultar un libro, sino que su acceso se ampliará enormemente. Se trata de un logro extraordinario fruto de la migración digital de todo lo impreso, un proceso que empezó Google aunque ya venía de atrás con el Proyecto Gutenberg."

El otro camino se refiere a la necesidad de contar con múltiples especialistas.

"Los libros de nueva creación nacerán ya con escritura multimedia lo que requerirá la intervención de especialistas en imagen, sonido, etc.. Una labor reservada al editor que le abre multitud de posibilidades. Es algo similar a las producciones cinematográficas en las que el director no puede hacerlo todo sino que ha de contar con un equipo de especialistas".

Los libros de nueva creación nacerán con una escritura multimedia que requerirá la intervención de múltiples especialistas: en imagen, sonido....

Según Rodríguez de las Heras, todo este proceso, abre una mina de posibilidades para las editoriales por dos razones, el **Valor de la marca**, "la red reavivará la confianza en la marca. Al consultar una web necesitamos saber que lo que allí vamos a encontrar es fiable, y eso sólo lo da un nombre, una marca" y el **Valor añadido**, "el soporte digital ofrece posibilidades ilimitadas al texto. Antes sólo se podía ilustrar, ahora se puede acompañar de simulaciones, saltos a páginas, infografías. Salvando las distancias, es el valor añadido que se da a una película cuando se pone en DVD y se añaden biografías, bandas sonoras...."

¿Hacia una información distinta?

Si bien el medio determina el mensaje, también el receptor, quizá no conscientemente pero sí influido por el mundo en el que vive, lo hace exigiendo unas determinadas formas de comunicación. En este sentido, Rodríguez de las Heras asegura que los futuros receptores demandarán, de hecho ya lo están haciendo, un nuevo tipo de información que responda a 4 parámetros:

- *Dosificación.*

"El receptor está tan sobrepasado de información que necesita que se la sirvan dosificada. Pero esto no significa acortarla, sino saber qué cantidad de información le tiene que llegar a los ojos, a los oídos. Se trata de un factor clave en la estrategia comunicativa; saber qué cantidad de información hay que dar para no saturar y también cómo darla".

- *Palabra asociada a la imagen.*

"Vivimos en un mundo icónico, lleno de imágenes que cada vez tienen más peso. Un buen uso de ellas no debe desplazar al texto, sino fundirse con él. Pero ¿cómo hacerlo en el nuevo lenguaje multimedia? Pues por ejemplo "plegando" la información debajo de una imagen de modo que el lector al explorarla la encuentre; son nuevas formas de lectura".

- *Cinestesia.*

"Hasta hace poco nos movíamos despacio, andando, y el mundo discurría a nuestro alrededor de forma pausada. Ahora vemos el mundo a través de la ventanilla de un coche, de un tren, de un avión, y también a través de la ventanilla electrónica de un ordenador; el cerebro se acostumbra a procesar ese mundo cambiante. De la misma manera que cuando vamos por una autopista a 120 y tenemos que reducir a 50, nos parece que vamos parados (se produce un desajuste que nos incomoda), lo mismo nos sucede en el proceso comunicativo cuando, acostumbrados a un mundo en el que todo está en movimiento, nos encontramos ante un texto estático. Hay que introducir formas distintas de cinestesia en la comunicación".

- *Información plegada.*

"Se impondrá la **hipertextualidad** como forma de dosificar la información, pero ¿en qué consiste? Si se tratara de una hoja de papel, iríamos haciendo dobleces de forma que en cada doblez se fuera ocultando parte de la información, al final tendríamos una pajarita en la que bajo sus pliegues estarían las palabras, sólo

quedaría desplegarla a nuestro antojo. Eso es la hipertextualidad. Su importancia radica en que, no sólo se ofrece la información dosificada para que el receptor acceda a ella libremente, sino que se presenta de forma atractiva. Un buen comunicador será quien sepa plegar esa información y ofrecerla de forma sugerente. Las nuevas técnicas y aprendizajes son el gran reto de los futuros comunicadores".

Proyectos inmediatos.

Son muchas los estudios y actividades que desde la dirección del Instituto de Cultura y Tecnología atiende el profesor Rodríguez de la Heras; entre otros diversos Másteres de reconocido prestigio mundial como Medea (Máster en Dirección de la Empresa Audiovisual), Master en Gestión Cultural, Máster E-learning, etc....

Desde hace 10 años colabora también con **EducaRed**, un proyecto apoyado por Fundación Telefónica dirigido a todos los que participan del proceso educativo (profesorado, alumnos, centros y familias) que se centra en el estudio del impacto que puede producir en la educación la intervención de la tecnología.

"En estos momentos - explica- estoy trabajando en el estudio de nuevos espacios de comunicación didáctica que no sean la página de papel. Imaginemos que al conectar el ordenador no aparezca la página web. ¿Y si aparece otra cosa? Por ejemplo, un muro donde el alumno y el profesor puedan escribir en formato multimedia lo que quieran: un video, un texto, un sonido. pero sin restricciones de espacio pues el muro se extiende ilimitadamente a la derecha, a la izquierda, arriba y abajo de la pantalla. Se trataría de romper la atadura del espacio de la pantalla para fomentar la creatividad".

La hipertextualidad es un texto plegado que el lector va desplegando según sus necesidades y apetencias.

Pero sin duda, uno de los estudios más apasionantes es el que está llevando a cabo sobre **mundos virtuales**.

"Tenemos que empezar a ver lo que hay al otro lado de la pantalla como un mundo virtual, plantearnos cómo lograr que sea lo más especular posible con respecto del que está a este lado de la pantalla. Analizar sus posibilidades a todos los niveles (culturales, creativas, educativas.): crear mundos virtuales en los que no sólo veas la página de papel en forma de página web, sino que todas tus actividades se reflejen allí. De momento sólo se está plasmando en los videojuegos y en el cine pero el ordenador nos da un plus añadido y es que es interactivo; te puedes mover, no sólo presenciar. Su desarrollo es infinito y muy interesante".

Quién sabe, quizás en unos años sea posible vivir realidades diferentes sin moverte del sillón, Avatar está cada vez más cerca.

Universidad Carlos III. Madrid

CENTRO

Líneas de Investigación

Nuevas tecnologías digitales y transformaciones que originan en la comunicación, especialmente la escrita, y en la educación.

Personal

Investigador: Antonio Rodríguez de la Heras

Datos de Contacto:

Dirección: C/ Madrid, 126
28903 Getafe (Madrid)

Teléfono: 91 6245895

e-mail: antoniorodriguezdelasheras@gmail.com

Web: www.rodriguezdelasheras.es