

¿Qué es interactividad?

Autor: Alejandro G. Bedoya

Fecha: Septiembre 1997

Publicado: Usuario, Revista Electrónica

<http://www.sinpapel.com/art0001.shtml>

Todo mundo habla de interactividad, es una palabra muy de moda que se escucha por todas partes y sin embargo mucha gente no sabe realmente que es interactividad. A mi me obsesionó bastante la duda de qué es interactividad, por lo que durante dos pesadas semanas comencé mi búsqueda de definición de interactividad. Obviamente inicié buscando en los diccionarios, pero en los dos que consulte no viene la palabra interactividad, solo viene Interacción: Influencia recíproca. Realmente no me convenció esta definición, por las razones que explicaré más adelante, pero continué la búsqueda en dos libros importantes que tengo sobre multimedia: Todo el poder de multimedia de Tay Vaughan y Todo sobre multimedia de Winn L. Rosch. En el primero libro ni siquiera viene la palabra interactividad en el índice, pero en una parte el libro dice "Cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido, multimedia se convierte en no-lineal e interactiva".

En el segundo libro sí viene la palabra interactividad en el índice, pero no la define, a lo más que llega a decir es que "es un tipo de control". He aquí la palabra mágica CONTROL, de esta se basa toda la definición de interactividad, mientras que la segunda palabra mágica es NO-LINEAL. Para poder juntar estas dos palabras en una definición de interactividad se deben primero de comprender los elementos del proceso de comunicación.

En todo medio de comunicación hay cuando menos cuatro entidades importantes: el emisor, el medio, el mensaje, y el receptor. El emisor obviamente es el productor de cierto mensaje que envía a través de un medio para que llegue al receptor. No importa qué tan antiguo, moderno o por inventarse sea el medio de comunicación, siempre existirán estos cuatro elementos.

Por ejemplo, una pintura rupestre la pintó un cavernícola(emisor) con pintura en una pared(medio) donde muestra la cacería de un mamut(mensaje) para que la vean sus cuates cavernícolas(receptor). Un noticiero, tiene un productor(emisor) que a través del radio o televisión(medio) manda información noticiosa(mensaje) al auditorio (receptor). El mismo Internet es un medio de comunicación completo, un webmaster(emisor) a través del World Wide Web(medio) publica en su website(mensaje) información para sus visitantes(receptor).

¿Qué tienen que ver los medios de comunicación con la interactividad? TODO, ya que la interactividad tal como la conocemos solo se da dentro de los medios. Así que comencemos con ejemplos de medios y razonando si son interactivos o no. ¿Un libro común es interactivo? No, debido a que tenemos que seguir la misma secuencia leyéndolo de principio a fin, es decir, un libro común es un mensaje lineal. Pero a mi me gustaban mucho leer esos libros de "Crea tu propia historia", donde uno supuestamente era el protagonista de la historia y después de leer una o dos hojas se tenía que tomar una decisión, por ejemplo el texto decía "Si abres la puerta roja, vete a la página 5. Si abres la puerta azul, vete a la página 7" Así dependiendo de la decisión, uno continuaba leyendo una parte diferente de la historia, haciéndolo un mensaje no-lineal. ¿Este tipo de libros son interactivos? Yo creo que sí, y por ello estuvieron muy de moda entre los jóvenes ya que les permitía interactuar y no solo leer un libro común.

¿La televisión es interactiva? No, debido a que si estamos viendo un noticiero tenemos que esperar a ver otras noticias que no nos interesan hasta que muestren la noticia que es importante para nosotros, es decir, no podemos escoger que noticias queremos ver. Además de ser un medio lineal, la televisión es un medio sincrónico, ya el receptor y el emisor se tienen que poner de acuerdo para realizar la transmisión del mensaje, o sea que hay que prender la tele a la hora de las noticias o nos perdemos la información. Al contrario, un libro es asincrónico ya que en cualquier momento podemos decidir el comenzar a leerlo.

¿Un CD-ROM es interactivo? Si, puede ser interactivo ya que dependiendo de cómo se haya producido, el usuario puede decidir qué información desea obtener primero. Sin embargo un CD-ROM no necesariamente es multimedia ni interactivo, basta imaginar un simple archivo de texto de 640mb dentro de un CD-ROM. Es importante recordar que puede haber multimedia sin interactividad e interactividad sin multimedia. Un CD-ROM es un medio de comunicación asincrónico, y dependiendo del mensaje puede ser no-lineal e interactivo.

¿Un website es interactivo? Si, puede ser interactivo ya que el webmaster pone links a las diferentes páginas para que el visitante escoja que información desea ver. Nuevamente sin embargo un website no necesariamente es interactivo, basta visitar un sitio que solo tenga una página sin ningún link a otros documentos. Un website es un medio de comunicación asincrónico, y dependiendo del mensaje puede ser no-lineal e interactivo.

Podríamos continuar con otros ejemplos y razonamientos, sin embargo con estos cuatro ejemplos podemos llegar a una conclusión, de que la interactividad solamente se puede dar en medios de comunicación asincrónicos y no-lineales. También de que en la interactividad el receptor decide o escoge qué parte del mensaje le interesa más, es decir controla el mensaje. Y por ende no es posible la información no-lineal sin interactividad. Además podemos descartar ya la definición del diccionario, ya que en ningún momento el receptor ni el emisor tienen una influencia recíproca, es decir, no se comunican al mismo nivel al tú por tú. En otras palabras, la reciprocidad en un medio de comunicación permite al receptor convertirse en emisor y viceversa, la interactividad no hace eso.

Pero el receptor no tiene la completa capacidad de decidir o escoger qué parte del mensaje le interesa más, ya que por ejemplo, en un website el webmaster decide qué links poner a qué partes de información y el visitante solamente tiene esas opciones. El webmaster decide si desarrolla su website con muchos links, haciéndolo muy interactivo y posiblemente complicado, o pocos links, haciéndolo poco interactivo y posiblemente aburrido. Igual sucede con un CD-ROM, el productor decide qué opciones de interactividad le dará al usuario. Con esto podemos concluir de que el emisor debe de establecer anticipadamente el nivel de interactividad que le dará a su mensaje, y que el receptor decidirá y/o escogerá el cómo usar esa interactividad.

Ahora, el emisor no puede establecer niveles de interactividad a lo loco, tiene que respetar los límites del medio de comunicación. Así por ejemplo en un libro de "Crea tu propia historia" el autor no puede establecer que al abrir la puerta roja comience un video a todo color dentro libro. Algo similar sucede con un website, antes un webmaster no podía establecer un link hacia un video, era un límite. Obviamente la tecnología va avanzando y los límites se van superando, solo basta imaginar qué tan interactivos podrían llegar a ser los websites XXX. Con esto podemos llegar a la última conclusión de que el emisor no puede hacer su mensaje interactivo más allá de los límites del medio de comunicación.

Bien, pero después de todo este rollote ¿cuál es la definición de interactividad? Analizando todo lo anterior, la respuesta es muy sencilla y solo basta sacar las palabras claves y acomodarlas para obtener la siguiente definición:

Interactividad es la capacidad del receptor para controlar un mensaje no-lineal hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio de comunicación asincrónico.

Por último nótese que en esta propuesta de definición no se especifican los procesos de interactividad, ya que estos varían de un medio a otro. En un website es hacer clic a un link, mientras que en el libro interactivo es cambiarse a determinada hoja.