

# VIVA EL (DES)ORDEN

**El hipertexto revoluciona la comunicación, logrando que se abandone la linealidad de los mensajes, otorgando al receptor un rol que hasta ahora no tenía.**

**Joaquín Márquez Correa**

## LOS HIPERMEDIOS

El concepto de hipermedio ha sobrepasado el proceso que lleva a una tecnología de ese tipo. Se ha dicho más sobre su revolucionario potencial, que lo que se ha demostrado. Los pioneros en hipermedios como Ted Nelson (que acuñó el término hipertexto en 1962) postulan que debemos abandonar los sistemas conceptuales basados en ideas de centro, margen, jerarquía y linealidad, y reemplazarlos por multi-linealidad, nodos, vínculos y redes<sup>1</sup>.

Los textos electrónicos incluyen características que jamás serán encontradas en libros impresos. El texto se abre hacia cambios que reducen la centralización de líneas y capítulos. Esto significa la oportunidad de escritura no-secuencial, para usar uno de los términos de Nelson.

Si esto es correcto, necesitamos investigar más a fondo qué harán estos sistemas con las prácticas normales de lectura y qué podrá hacer el lector con estos sistemas.

Este nuevo rol del lector, mucho más poderoso y con más libertad, requiere una nueva concepción de la lectura. La lectura de hipertexto puede ser mejor comprendida si la consideramos como una acción, no demasiado diferente de otras acciones y prácticas en la vida diaria.

---

<sup>1</sup>- Landow, George. 1992. "Hipertext. The convergence of contemporary critical theory and technology". Londres, Inglaterra. The John Hopkins University Press. 284 p.

Si bien los términos hipertexto e hipermedio se usan con frecuencia indistintamente, hay una diferencia esencial entre ellos. Mientras el hipertexto se refiere al producto como tal, es decir, al texto multi-lineal ofrecido al lector en un formato digital, ya sea en línea o un CD-ROM, el concepto hipermedio tiene relación con la tecnología de la cual deriva el texto, principalmente el ordenador y el equipamiento adicional requerido. Podemos decir entonces, que el hipertexto refuerza los elementos literarios, y los hipermedios refuerzan la relación hombre-máquina; la relación entre autor, medio y lector.

Si por un momento asociamos la frase de oro de Marshall McLuhan: “El medio es el mensaje” al hipertexto, queda claro que el hipermensaje significa un cambio importante en las comunicaciones. Este hipermensaje es un producto de su propia tecnología, más que el mensaje escrito en un libro o el de una pantalla de televisión. En este caso, el mensaje toma forma de tal, sólo cuando el receptor le confiere un orden a través de secuencias y vinculaciones establecidas por él. El mensaje es el lector.

Con estos cambios, la brecha existente entre la obra escrita electrónicamente (publicada en formato digital, se entiende) y el lector desaparece, ya que éste toma parte activa en una etapa de creación, la última y la única que no termina nunca. Está en constante cambio, dependiendo de quién la lea. Por ello, se establece una diferencia fundamental entre el libro y el texto electrónico: el libro es un objeto hacia el que el sujeto (lector) dirige su atención, mientras que el hipermedio es una herramienta, como un lápiz o un editor de texto. Es una herramienta de producción, una herramienta que permite una interacción comunicativa con el autor.

## **HIPERTEXTO**

El hipertexto se presenta en documentos escritos para los medios interactivos y multimediales. Es un texto que permite “viajar” a otras secciones o páginas para seguir con la lectura. En medio de una frase, una palabra puede estar subrayada o bien destacada de alguna forma para significar que es un

enlace (link). Por ejemplo, en una noticia de un diario electrónico se podría encontrar el nombre de Boris Yeltsin de esta manera: Boris Yeltsin o bien, *Boris Yeltsin*. Para el lector, o hiperlector, esto significa que al hacer un click con su mouse sobre ese texto, será posible obtener más información sobre el personaje, tales como su biografía, una fotografía, noticias relacionadas o cualquier otro tipo de datos que el autor haya considerado importantes para complementar la noticia.

Por ello, un hipertexto puede estar lleno de relaciones a otros documentos posibilitando una lectura totalmente no lineal. Los cruces entre links crean una red parecida a una telaraña, analogía que sirvió de base para bautizar al World Wide Web como tal.

Sin embargo, la idea es que el lector no se pierda en el hiperespacio a través de estas referencias cruzadas y palabras vinculadas unas a otras. El ideal, se podría decir, es mantener el orden sin seguir una línea, o sea, multi-linealidad, multi-textualidad (textos, animaciones, sonidos, videos) y multi-secuencialidad sin caer en el caos.

El lector activo explora un texto que en realidad no existe como tal hasta que él lo compone y ordena de acuerdo con sus requerimientos. En este sentido, el lector pasa a ser una especie de co-autor, cumpliendo un nuevo rol que hasta hora no era posible en la lectura “tradicional”. Más que simplemente leer un libro, escoge párrafos y secciones para ponerlos en un orden único.

La transición desde el texto impreso al hipertexto es también un cambio del ámbito físico al virtual. Así, el autor pierde cierto control sobre su trabajo, ya que el lector lo reordena y compone como quiere. No existe ya una parte central predeterminada, ni menos una jerarquía de la narrativa. Más que leer, ahora se viaja a través de la obra ayudado por mapas, menús, íconos y símbolos de orientación.

## **ESQUEMA MENTAL**

Debemos recordar que Internet abandona la linealidad. No es un libro que podemos recorrer a través de sus capítulos consultando el índice, ni tampoco es

un medio como la televisión o la radio que se rige por un horario. Es el medio más parecido a la mente humana. Los hombres pensamos en varias direcciones, de hecho, es bastante frecuente hacer asociaciones de ideas y terminar pensando en un pariente cuando dos minutos antes buscábamos la forma de resolver un problema matemático. El hipertexto funciona así. A través de asociaciones (links) podemos saltar de un país a otro, atravesando varios temas, en una sola sesión de exploración en el Web.

La información está ordenada de esa manera. Es un orden un tanto anárquico, pero hay que adaptarse a él. La mejor forma de hacerlo, es tratar de pensar diferente. Como dice Edward de Bono en su libro "El Pensamiento Lateral", es muy común que al llegar a la cima de un cerro veamos que habían caminos más simples para subir que el que usamos. En el caso de la búsqueda en línea es lo mismo. El punto está en que tenemos que adiestrar nuestro pensamiento para partir desde la cima.