

3.2.- Interactividad

Se suele dar una asociación automática entre multimedia e interactividad. Ya antes de que se extendiera el uso de los programas multimedia en soporte CD-ROM, podemos encontrar un interesante debate sobre la interactividad: Shavelson y Salomon al abordar las posibilidades de las nuevas tecnologías de la información subrayan la interactividad como elemento diferenciador respecto a las tecnologías convencionales. Hawes replica que también el libro es un medio interactivo. Ante lo cual, Shavelson y Salomon precisan el concepto de interactividad como "la facilidad y rapidez con que (las nuevas tecnologías) pueden cambiar de sistema de símbolos" para la comunicación.

En términos prácticos la única posibilidad de que se le presenta al usuario es la de interactuar con la máquina, construir él mismo un discurso, su discurso. Existe en esta interacción un sentimiento de exclusividad, de privacidad, ya que el discurso construido es diferente para cada usuario, estableciéndose una relación de complicidad. Es la persona la que tiene que dar las instrucciones, ya que sin esas órdenes el programa no avanza. En esta nueva relación, ya no está en juego solamente la mirada o el oído, sino también el tacto, y lo que es más importante, la voluntad de querer hacer y poder hacerlo. Con los sistemas interactivos se apela directamente a las emociones del sujeto. Éste se cree dueño del tiempo. Con estos programas, el final ya nos inevitable.

Pero hay que plantearse si realmente el gran público desea interactuar con los programas, lo que evidentemente requiere el esfuerzo de <responder> o <elegir opciones>. Puede influir la larga tradición de actitudes pasivas en la recepción habitual de los medios de comunicación de masas. Por lo pronto hay claros indicios de que no será así. Por ejemplo, el éxito que ha tenido el sistema Karaoke, que supone una interacción intensiva. O la importancia cuantitativa del uso de los videojuegos por niños y adolescentes.