

Carlos Scolari y Fernando Rapa, 2019.

## Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas.

Buenos Aires: La Marca Editora

ISBN 978-950-889-340-6

Las narrativas transmedia<sup>1</sup> y la ecología de los medios<sup>2</sup> definen el área de trabajo a la que el investigador Carlos Scolari se dedica actualmente. El abordaje de las "nuevas formas de comunicación" es un campo de exploración - y, por qué no de "juego"-, sobre las que el autor ha sistematizado y generado un conjunto de conceptos que han posibilitado avanzar en el estudio de los procesos de mediatización.

En la primera página de *Media Evolution* encontramos algo que ya sospechábamos al sostener el libro en nuestras manos: una dedicatoria a Marshall McLuhan con su apellido impreso sobre un amplificador de la

marca *Marshall*. ¿Podríamos pensar, a su vez, que esta referencia al "amplificador" remite a la ampliación del "alcance" y del "acceso" -como nos ha señalado Eliseo Verón-, en relación a Internet? Es indudable que la materialidad del libro es un homenaje a McLuhan. El formato, la textura, el diseño (de Fernando Rapa), son "el mensaje". En *Ecología de los medios*, Scolari (2015) destacaba el estilo de este autor:

[...] su escritura en forma de mosaico, la facilidad para crear eslóganes y conceptos virales -como "el medio es el mensaje" o "aldea global"- y el salto intertextual permanente de los medios a la literatura, y ahí a la tecnología, lo convierten en una figura indispensable de los estudios de comunicación de masas del siglo XX. (p. 23)

De esta manera, *Media Evolution* sigue esta línea, con frases, citas y breves definiciones que operan como una red de reenvíos intertextuales. Tampoco es casual la cita a *Rayuela* de Julio Cortázar. Las retomas discursivas permiten efectuar procesos de reconocimiento en un vínculo complejo caracterizado por una diversidad de ritmos y asociaciones que habilita distintos modos de comprensión de la *escritura*. Es por esta razón que nos detendremos en el trabajo de diseño.

Este libro pone en evidencia la importancia del concepto de interfaz en la "evolución del ecosistema mediático": "la tapa del libro se ha convertido en una pantalla" (cita de Vicente Luis Mora, p.141). Los medios se contaminan unos a otros y el más exitoso termina por imponer sus rasgos, su propio lenguaje, sus lógicas o ritmos al resto. Y deben adaptarse. De no lograrlo, se extinguen. Por ejemplo, el diario impreso es "una página web impresa", dice Scolari. Si los medios cambian nuestra forma de percibir al mundo, si las interfaces van mutando, si surgen nuevas "especies mediáticas" ¿por qué escaparía a esta mutación la escritura científica?

Lejos del formato tradicional, se trata de un pequeño libro (18 x 11 cm) de tapas espejadas (¿una referencia al *prosumidor*?) La selección de citas de autores tales como Walter Ong, Charles Darwin, Umberto Eco y Eliseo Verón -entre otros-, organiza un recorrido de lectura que no es necesariamente lineal, en el que las imágenes no sólo ilustran los conceptos que allí se exponen, sino que proporcionan un espacio de reflexión. Con las definiciones conceptuales interactúan

ilustraciones, montajes, fotografías, juegos tipográficos diversos: Batman y Robin trepando por un edificio en la serie televisiva de los años 60, el plano del fémur y nave espacial de 2001 Odisea Espacial de Stanley Kubrick y la presencia de Bart Simpsons. Con respecto al proceso de producción el propio Scolari afirma: "Más que un libro, yo escribí un guion a dos columnas (texto/imagen). La unidad de medida era la 'doble página'".3

Sin embargo, para aquellos que prefieran encontrar un orden de lectura "más tradicional", al comienzo del libro existe una división en secciones señaladas en el índice: Ecología, Mutaciones, Evolución, Ciclo Vital, Teoría, Futuro. ¿Podríamos prescindir de ellas? ¿Acaso no sería posible avanzar por las citas y las imágenes de acuerdo a nuestros pensamientos y asociaciones? La no linealidad que Scolari reclama para el estudio de los medios a través de la *Media Evolution* la encontramos también en las modalidades escogidas para abordar a su objeto. En esta obra cada cita proporciona un punto de activación para diversos trayectos que apuntan hacia las propuestas teóricas, pero también hacia las experiencias del lector: "¿Ese es tu walkman? ¡Qué moderno era!" (p.117).

La premisa de la que parte este enfoque consiste en afirmar que los medios forman un ambiente al que los sujetos modelan y a la vez son modelados por ellos. El cruce entre la biología y la cultura se evidencia a través de una cita de Robert K. Logan en la que sostiene que ya no pueden ser estudiados como dos campos separados. Esta relación recíproca de determinación entre biología y cultura parece ser un vínculo que reaparece con fuerza en la teorías semióticas y comunicacionales desarrolladas durante los últimos años. Recordemos, por ejemplo, que el concepto de *interpenetración* entre sistemas utilizado por Verón<sup>4</sup> para explicar las relaciones entre los "sistemas socioindividuales" y los "sistemas mediáticos", -definidos como sistemas "autopiéticos"- proviene de la teoría de los sistemas de Niklas Luhman quien, a su vez, se nutre de conceptos provenientes de la biología.

Por otra parte, en esta obra Scolari hace un giro: la evolución de los medios, tal como es tradicionalmente explicada, no es la *Media Evolution*. Mientras que la primera, piensa diacrónicamente (es decir, donde hay cierta linealidad para explicar la evolución mediática), la *Media Evolution* "piensa en red" es decir, los medios se contaminan, resurgen, se extinguen y reaparecen en el plano sincrónico y en el marco de la complejidad. La digitalización, la reticularidad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad de las nuevas formas de comunicación -tal como son caracterizadas por Scolari en su obra *Hipermediaciones* (Gedisa, 2008) hace más de 10 años-, constituyen un cambio de paradigma que se traslada a la producción mediática, a la vida en sociedad y, por ende, a los modos de reflexionar sobre ella.

En un intento de sistematizar estas transformaciones, Scolari nos propone 10 mutaciones para analizar el ecosistema mediático: 1) del broadcasting al networking, 2) del receptor al prosumidor, 3) del texto lineal al hipertexto, 4) de monomedia a multi/transmedia, 5) de periodicidad a tiempo real, 6) de escasez de información a infoxicación, 7) de intermediación a ciberintermediación, 8) de profesionalismo a amateurismo, 9) de opinión pública a filtro burbuja y 10) de público/privado a hipervisibilidad. De ahí que la Media Evolution se propone como una nueva disciplina que parte de constatar que la transformación de los medios es parte de la transformación de la sociedad: "La Evolución de los Medios es una protodisciplina científica que, convenientemente desarrollada, puede ofrecer una mejor comprensión de los procesos de transformación mediática y social" (p. 61).

Esta obra requiere de un lector atento, capaz de seguir las huellas de la evolución del ecosistema de medios, de comprender la "dieta mediática" del siglo XXI y de interactuar con una propuesta teórica que "evoluciona" en todos los sentidos.

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, UBACYT Retomas discursivas en tiempos de convergencia: producción, circulación, consumo. 09/08/2020

## **Notas**

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Véase Scolari, C. (2015). Ecología de los medios. Barcelona: Gedisa.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Scolari, C. (2013). Narrativa Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Ver Hipermediaciones.com: <a href="https://hipermediaciones.com/2019/08/06/media-evolution-algo-mas-que-un-libro/">https://hipermediaciones.com/2019/08/06/media-evolution-algo-mas-que-un-libro/</a>

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Ver: Verón, E. (2008) "Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces" en Boutaud, J.J. y Verón, E. (2007) *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*. (Paris: Lavoisier, Hermès Science) [Cap. 8 : "Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces", Traducción: Gastón Cingolani]. O consultar en : Verón (2013) "La autopioiésis productiva de la recepción" en La Semiosis Social, 2...