

APUNTES DE CÁTEDRA. ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL. TECNICATURA EN COMUNICACIÓN DIGITAL CONVERGENTE (FHyCS-UNJu)

Entrevista a Carlos Scolari - Fragmento de la presentación editorial del libro *Sobre la evolución de los medios. Emergencia, adaptación y supervivencia* (Editorial Ampersand, 2024).

Transcripción para la cátedra de Enfoques de la comunicación digital. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=QH2Kn2M5c34>

Hola, mi nombre es Carlos Scolari. Soy un investigador argentino que, desde hace muchos años, vive en Europa. Soy profesor e investigador en la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona. Me ocupo de temas de comunicación, de medios, y soy el autor del libro sobre la evolución de los medios, recientemente publicado por la editorial Ampersand en Buenos Aires.

¿Cómo se produce el pasaje de una Ecología de los medios a la Evolución de los medios?

La ecología de los medios, o '*media ecology*', es un planteo teórico analítico que comienza a tomar forma en los años 60 del siglo pasado a partir de los trabajos de Marshall McLuhan, Neil Postman y otros investigadores que ya comenzaron en esa época a pensar los medios como un ambiente. La idea detrás de la *media ecology* es que los medios crean un entorno, un ambiente en el cual los seres humanos crecemos, nos desarrollamos y ese entorno mediático nos va formateando, y nosotros a veces no somos muy conscientes de ese proceso de formateo.

Es en estas ideas en las cuales yo me baso para poder construir una teoría evolutiva del cambio mediático. Me interesa comprender las transformaciones de todo el ecosistema mediático a lo largo del tiempo, sobre todo en periodos más bien largos, y prestar sobre todo mucha atención a las relaciones que hay entre los diferentes medios a lo largo de ese proceso de transformación a largo plazo.

¿Cuál es el aporte de Marshall McLuhan y cuáles sus limitaciones?

Marshall McLuhan fue uno de los investigadores, quizá más famosos del siglo XX, que se dedicó a investigar los medios, la comunicación y la cultura. Fue un investigador canadiense muy polémico por sus ideas. Su carrera la hizo sobre todo en la década del 60 y 70. Él murió en 1980. Digamos que tanto la tradición crítica europea como la latinoamericana lo criticaba mucho porque él no desarrolló, a su vez, un discurso crítico de los medios. Él decía que

estaba mapeando el ecosistema mediático, él 'mandaba sondas', usaba esa metáfora para comprender lo que estaba pasando, pero nunca desarrolló una denuncia, por ejemplo, a temas como la propiedad monopólica de los medios. Ni denunció la ideología burguesa en los medios, que eran temas que estaban muy de moda en esa época. Pensemos en las investigaciones de Dorfman y Mattelart sobre el Pato Donald. McLuhan, precisamente, decía lo contrario: lo que a nosotros nos transforma no es tanto el contenido de la televisión o de una historieta; lo que a nosotros nos transforma es leer historietas, lo que a nosotros nos transforma es ver televisión, más allá del contenido. O sea, que iba un poco a contrapelo de lo que era el discurso más europeo o latinoamericano crítico respecto a la comunicación.

McLuhan venía de una tradición humanista. Él no hacía estudios cuantitativos, empíricos, lo suyo era más especulativo, era más una reflexión. Y eso lo llevó a tener grandes conflictos con la tradición estadounidense de esa época, que era muy empirista, muy cuantitativa, una tradición de sociología de la comunicación o de psicología de la comunicación que hacía muchas encuestas o estudios de laboratorio. McLuhan no hacía eso. Entonces era una *rara avis*, digamos, una mosca blanca.

Pero lo interesante de McLuhan es que muchísimas de las cosas que él escribió en los años 60 y 70 son muy interesantes y siguen siendo muy válidas todavía hoy para poder mirar de una perspectiva diferente todo el ecosistema mediático y las transformaciones del ecosistema mediático. No es casual que a partir de los años 90, con la difusión de la web y toda la cultura digital, McLuhan fue, digamos, recuperado para la discusión teórica y también periodística por sus aportes que había hecho varias décadas antes. En ese sentido, es un investigador que algunas de sus cosas quedaron muy atadas a lo que era la realidad de la década de 60, pero muchos otros aportes, yo creo, son un soplo de aire fresco todavía hoy en las discusión y conversaciones que tenemos sobre los medios.

¿Saber cómo evolucionan los medios nos ayudaría también a vincularnos mejor con ellos?

Para mí, creo que es muy importante comprender cómo evoluciona el ecosistema mediático. Primero, si nosotros entendemos la evolución del ecosistema mediático, vamos a poder comprender otro tipo de evoluciones de otros ámbitos tecnológicos que no son necesariamente mediáticos. Pero por otro lado, tiene importancia para poder entender mejor nuestra relación con los medios. Doy un ejemplo: he recuperado artículos publicados a principios del siglo XX donde se alertaba de un nuevo medio que era el cine y había discursos muy críticos, apocalípticos. Por ejemplo, había textos que decían que la gente no iba a saber diferenciar la ficción de la realidad. Después, en la década del 30, se dijeron cosas similares sobre la radio; parecía que la gente que escuchaba la radio estaba totalmente embobada. Se elaboraron discursos apocalípticos sobre la historieta, sobre el cómic en la década del 50; se llegaron a prohibir los cómics o cierto tipo de cómics en la década del 50. Lo mismo pasó con la televisión, lo mismo pasó con muchos medios digitales, y son cosas que hoy se repiten a veces con los medios, con los videojuegos, con las redes sociales.

Con esto quiero decir que cada vez que aparece un medio de comunicación, por un lado, aparecen los discursos utópicos: 'Gracias a este medio se van a solucionar los problemas del mundo'. Pero también aparecen los discursos apocalípticos, pánicos mediáticos vinculados a lo nuevo. Claro, hoy tenemos grandes debates sobre TikTok, sobre el tiempo que pasan los jóvenes en las redes. Pero nadie se preocupa si un chico o una chica pasa muchas horas mirando televisión o leyendo un libro; al contrario, se lo puede ver como algo positivo. Cuando leer un libro, estar muchas horas leyendo libros en el siglo XIX, no era tan bien visto.

O sea, cuando uno empieza a adoptar una mirada evolutiva a largo plazo del cambio mediático, muchas problemáticas contemporáneas del corto plazo adquieren otra relevancia. Yo creo que en ese sentido, comprender mejor cómo evolucionan los medios nos permite comprender los cambios de hoy, nuestra actitud hacia los nuevos medios y, por otro lado, tratar, no digo predecir, pero al menos plantear escenarios de hacia dónde puede ir un ecosistema mediático que se está transformando a una velocidad muy grande.

¿Cuál es el riesgo de confundir "evolución" con "progreso"?

Cuando hablamos de evolución de los medios, no estamos pensando en una flechita hacia arriba que es la flecha del progreso. Estas fueron lecturas de la obra de Darwin que se hicieron sobre todo en el siglo XIX. Pensar que evolución es igual a progreso, cuando no es así. Evolución significa adaptación; en el caso de Darwin, de las especies al entorno, y no es necesariamente eso llevado a un progreso. Es llevar a nuevas formas de vida, a nuevas complejidades, a una mayor variedad, si se quiere, en el ecosistema, pero no es un sinónimo de progreso. Lo mismo podemos decir en el ámbito tecnológico o mediático.

Cuando aplicamos la metáfora evolutiva, lo interesante es que importamos una serie de conceptos y categorías que yo analizo en el libro que nos sirven para intentar darle un sentido a las transformaciones. Por ejemplo, en el libro yo hablo mucho del ciclo vital de un medio de comunicación. Hablo de proceso de emergencia o aparición de un nuevo medio, hablo de los procesos de dominación: ¿Qué pasa cuando un medio domina a los demás?, que son situaciones que también pasan en los ecosistemas naturales. ¿Qué pasa con los procesos de adaptación? En el libro dedico todo un capítulo, casi dos, al tema de la adaptación. Por ejemplo, hoy tenemos viejos medios como la radio, la televisión, los diarios en papel que se están adaptando. Un medio como la televisión, la televisión del año 2024, es muy diferente a la televisión del año 84, o un diario del año 2024, un diario impreso, muy diferente a un diario del año 1984. ¿Por qué? ¿Y por qué cambiaron? Porque tienen que adaptarse, porque la sociedad cambió, la esfera mediática cambió. Esos medios, viejos medios, tienen que competir con otros medios y tienen que adaptarse para poder llegar a las nuevas generaciones de lectores o de espectadores. En ese sentido, digamos que el enfoque evolutivo nos sirve para darle un sentido a cambios que hoy detectamos en viejos medios pero también en los nuevos medios.

Otro concepto que viene de la teoría evolutiva es el de extinción. Tenemos infinidad de discusiones, libros, debates sobre la supuesta extinción de la televisión, la extinción del libro

impreso. Bueno, yo trato en el libro de darle una mirada más teórica, más integrada, hilvanar mejor todos estos conceptos que vienen de la teoría evolutiva biológica, pero no es que yo invento ese pasaje de lo biológico a lo tecnológico. Como bien explico en el libro, ya en el siglo XIX los conceptos de Darwin y de la teoría evolutiva comenzaron a pasar a la historia, comenzaron a pasar a la economía, a la sociología. A la hora de hacer ese pasaje hay que tener cuidado porque no es un pasaje automático. La evolución de las especies biológicas es diferente a la evolución de las especies mediáticas o tecnológicas, pero yo creo que algunos de estos conceptos, por lo menos aplicados en el ámbito sociotecnológico, valen la pena porque nos sirven para darle un sentido, dar un significado a sus transformaciones.

¿Estamos en un momento de consolidación del paradigma o es posible que siga cambiando?

Desde mi perspectiva, la mirada ecológica o evolutiva de la comunicación todavía tiene mucho recorrido. Por más que la metáfora ecológica se venía usando desde los años 60, yo creo que no fue explorada suficientemente. Yo creo que todavía queda mucho recorrido para seguir explorando conceptos, posibilidades de la metáfora ecológica. Y sobre la aplicación de la metáfora evolutiva al cambio mediático, hay autores y autoras que ya en las últimas décadas han hecho intervenciones, pero eran más bien aisladas. Gente que trabajó el concepto de nicho, gente que trabajó el concepto de extinción o de adaptación. Quizás mi libro es uno de los primeros que integra toda una serie de contribuciones de las últimas décadas que pueden entrar bajo un paraguas evolutivo.

Yo creo que esta metáfora todavía tiene un largo recorrido. Sobre todo como entiendo yo la evolución, que es como un sistema complejo donde hay muchísimos actores, relaciones, procesos. Entender la evolución, ya no como una flecha, sino entender la evolución como una red de actores que se va transformando nos lleva también a un paradigma más reticular, el paradigma de la red, que es quizás el paradigma más en boga en las últimas dos o tres décadas. No solo por la llegada de la web. Si pensamos las teorías de la complejidad, si pensamos en todas las disciplinas, digamos, desde la semiótica, la economía, las ciencias cognitivas han ido evolucionando hacia los modelos reticulares. O sea, que esto es una cosa que todavía tiene, yo creo, un buen recorrido.

Podría pasar que algún día, como cualquier modelo teórico, como cualquier metáfora aplicada al ámbito científico, podría pasar que el modelo ecológico, el modelo evolutivo ya no dé para más y haya que inventar nuevas metáforas o aplicar nuevos modelos o buscar nuevos modelos. Esa es la historia de la ciencia, siempre ha sido así. Pero yo creo que tanto los modelos eco-evolutivos como los modelos basados en la idea de red y complejidad, recién ahora los estamos empezando a explorar y tenemos muchos años de trabajo por delante para seguir trabajando dentro de estos marcos.

¿Cómo imagina a los lectores de Sobre la evolución de los medios?

“Sobre la evolución de los medios” es un volumen que está escrito desde lo académico y interpela un lector, una lectora académica. Es un libro, podríamos decir, que sobre todo en la primera parte se habla mucho de teorías de la comunicación. La parte central repasa un

poco estos diferentes conceptos de la teoría evolutiva de los medios. Y en la parte final habla de las posibles metodologías que podemos aplicar para entender la evolución de los medios. O sea, es un libro académico, es un libro que habla a estudiantes, investigadores, investigadoras del mundo de la comunicación pero va más allá de lo que es el ámbito estrictamente mediático. Es un libro que afronta temáticas vinculadas, obviamente, también a las ciencias sociales. Mucho de lo que se dice al principio sobre teoría de la comunicación, seguramente es aplicable a otras disciplinas u otras teorías del ámbito de las ciencias sociales o más allá.

En la parte central del libro, si bien se desmenuzan diferentes conceptos teóricos, traté de hacer un libro de lectura fácil. Se toca en temas teóricos pero no se centra en una jerga ininteligible. A mí me gusta escribir claro, me gusta que cualquier persona pueda entender el libro sin necesidad de ser un experto en la materia. Decía que la parte central del libro tiene casos de estudio, por ejemplo, cuando hablo de adaptación. A lo mejor hablo de la adaptación de la televisión al nuevo ecosistema mediático, cuando se habla del ciclo vital de un medio, hablo a lo mejor del fax, un medio que nació en el siglo XIX y tuvo su momento de oro a finales del siglo XX. Cuando hablo de extinción, se habla del libro, se habla del disco de vinilo que no se ha extinguido precisamente. O sea, es un libro que tiene mucho *storytelling*.

Viene también de mi experiencia de haber hecho otros libros que no son necesariamente textos académicos o teóricos puros y duros. Así que a mí me gusta abordar temas académicos pero siempre con un estilo de escritura que sea accesible y facilite el acceso a este tipo de discusiones. Es un volumen que tiene casi 600 referencias bibliográficas. Es un libro pandémico porque lo escribí el año 2020 y 21, pero que tuve el tiempo para poder procesar muchas cosas y poder armar esta red textual para poder presentar lo que sería un enfoque eco-evolutivo del cambio mediático. Pero más allá del ámbito académico teórico, imagino que es un libro que le puede interesar mucho a gente que ejerce el periodismo, a gente que trabaja en el mundo de la publicidad, por ejemplo, porque nos sirve para entender cómo está cambiando el ecosistema mediático. A veces en el día a día laboral es muy difícil parar la pelota y ver hacia dónde va el ecosistema mediático y este libro nos ofrece toda una serie de categorías de análisis, conceptos que nos ayudan a entender el cambio que, repito, es muy rápido de todo el ecosistema mediático. Yo creo que para una persona que trabaja en el mundo de la comunicación, ya sea periodista, publicista, una persona que trabaja en el mundo del cine que genera contenido en las plataformas, es muy importante.

Traducción para la Cátedra de Enfoques de la Comunicación Digital
Tecnatura en Comunicación Digital Convergente

