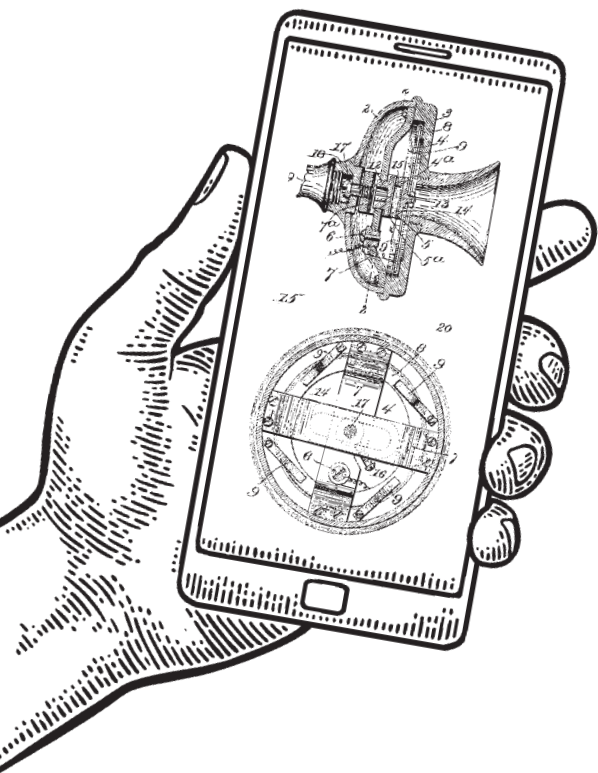


Media

Evolution

Sobre el origen de las especies mediáticas



Créditos

Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas

Carlos A. Scolari
Buenos Aires,
Colección Biblioteca de la mirada,
© la marca editora, 2019



www.lamarcaeditora.com
lme@lamarcaeditora.com
(54 11) 4555-3645
Pasaje Rivarola 115 (1015)
Buenos Aires, Argentina

Concepto y textos: Carlos A. Scolari
Diseño: Fernando Rapa
Edición: Guido Indij
Corrección: Mariana González

Primera edición, la marca editora, 2019

ISBN 978-950-889-340-6

Queda hecho el depósito que
establece la ley 11.723

Libro de edición argentina.
Impreso en Argentina.
Printed in Argentina.

Scolari, Carlos
Media evolution: sobre el origen de las
especies mediáticas / Carlos Scolari; ilus-
trado por Fernando Rapa. - 1a ed ilustra-
da. - Buenos Aires : la marca editora, 2019.
200 p.: 18 x 11 cm.
ISBN 978-950-889-340-6
1. Medios de Comunicación. 2. Medios
de Comunicación Social. 3. Medios de
Información. I. Rapa, Fernando, ilus. II.
Título.
CDD 070.1

Distribuye



www.asuntoimpreso.com
www@asuntoimpreso.com
(54 11) 4552-3834
Roseti 782 (1427)
Buenos Aires, Argentina.

Impreso en los talleres gráficos
de Triñanes Fotocromos S.A.
en el mes de junio de 2019.

No se permite la reproducción parcial o
total de este libro ni su incorporación a
un sistema informático, ni su transmisión
en cualquier forma, o por cualquier me-
dio, sea éste mecánico, electrónico, por
fotocopia, grabación u otros métodos,
sin el permiso previo y por escrito de los
titulares del *copyright*.

*No part of this book may be reproduced,
transmitted or utilized in any form or by
any means, electronic or mechanical, in-
cluding photocopying, recording, or any
information storage and retrieval system
without prior express written permission
from copyright holder.*

Media

Evolution

Sobre el origen de las especies mediáticas

**Carlos A. Scolari
& Fernando Rapa**



**Este libro está
dedicado a:**



índice

6 Ecología

32 Mutaciones

54 Evolución

66 Ciclo vital

118 Teoría

168 Futuro

*

ECO LOGÍA

**“No sabemos quién
descubrió el agua,
pero estamos
bastante seguros
de que no fue un pez
(...)”**

**La única cosa que
nunca puedes ver
es el elemento en el
que te mueves”**

Marshall McLuhan
(1964)

7



productores
pro

**En mayor o menor
medida,
hoy todos somos
prosumidores**
(productores-consumidores).

**Quien no
haya compartido
nunca un GIF
de un gatito o un
video de Hitler
subtitulado,
que tire el
primer
tweet.**

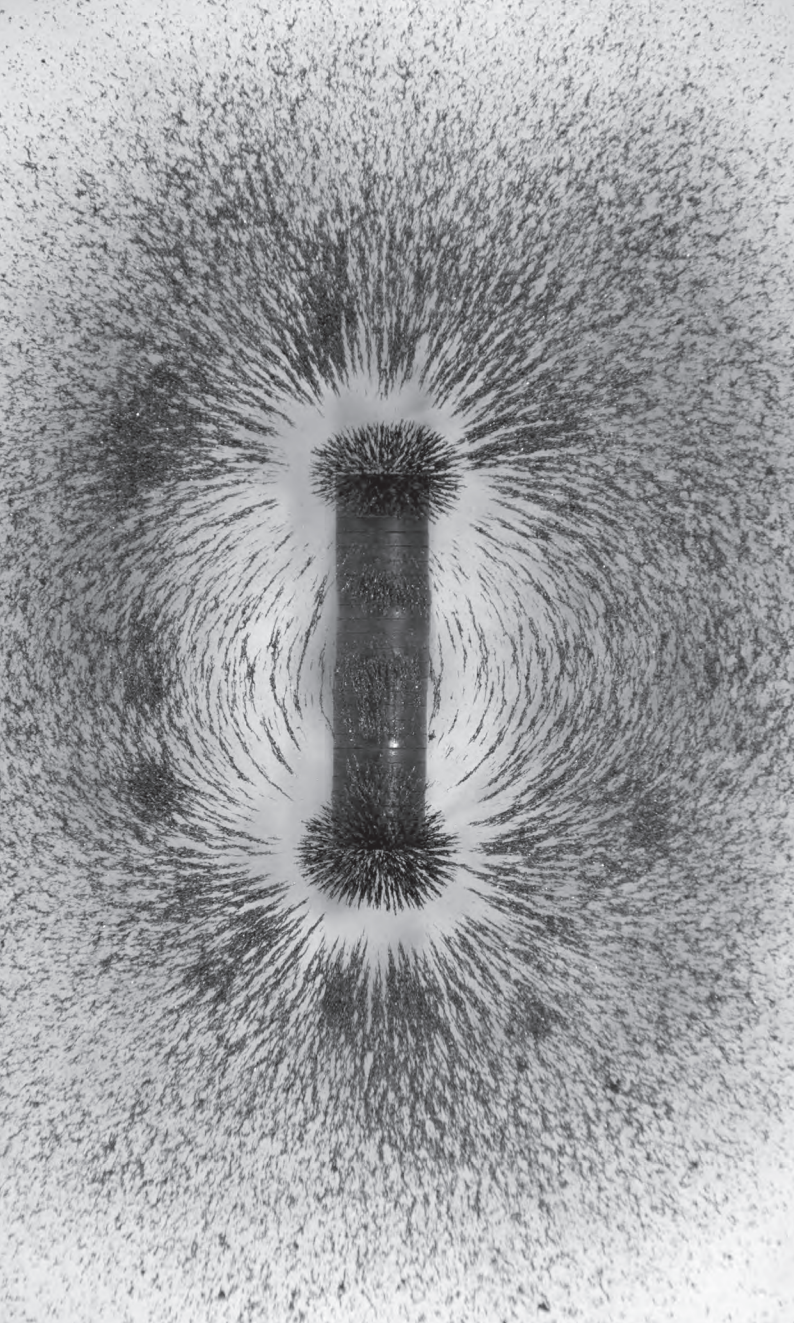
2) receptor > prosumidor

consumidores
**sumi
dor**



Lo que el productor no sabe, no quiere
o no puede hacer, lo hará el prosumidor

#Prosumers #UGC #Fanfiction #Fanvid



#Multimedia

movimiento centrípeto de
concentración
de lenguajes y medios
en una única interfaz.

#Transmedia

movimiento centrífugo que
expande una
narrativa en muchos medios y
plataformas con la
complicidad de los
prosumidores.

富嶽三十六景

神奈川沖
浪裏

5) periodicidad > tiempo real

En aguas profundas, la ola de un tsunami puede alcanzar los 750 km/hora. Los paquetes de datos de internet, a través de cable o fibra óptica, circulan apenas por debajo de la velocidad de la luz (200.000 km/segundo). No sabemos lo que queremos, pero lo queremos YA.

#RealTime
#Acceleration



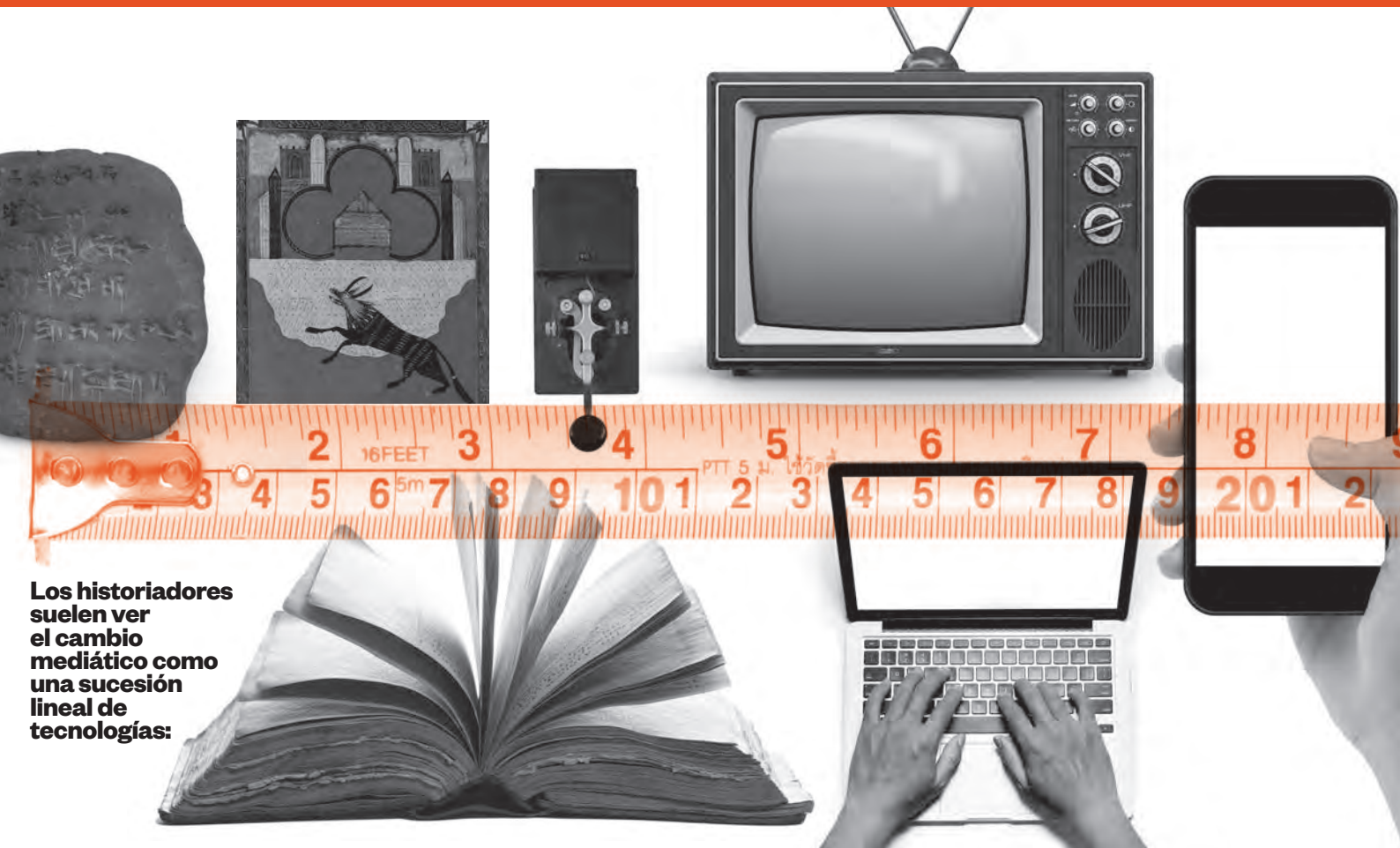
6) escasez informativa > infoxicación

**“Un niño normal
vive en un ambiente
electrónico.
Vive en un mundo
de sobrecarga
informativa”**

Marshall McLuhan,
Cybernetics and Human Culture
(1964)

**#Infoverloading
#Infoxication**

EVO LU CIÓN



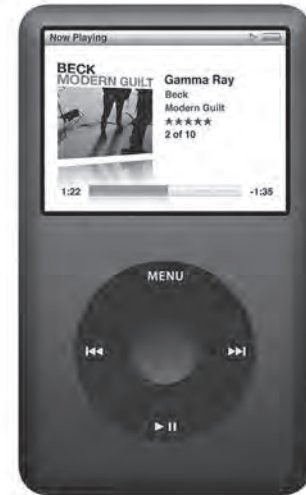
**Los historiadores
suelen ver
el cambio
mediático como
una sucesión
lineal de
tecnologías:**

Media archaeology

From Wikipedia, the free encyclopedia

Media archaeology or archeology is a field that attempts to understand new and emerging media through close examination of the past, and especially through critical scrutiny of dominant progressivist narratives of popular commercial media such as film and television. Media archaeologists often evince strong interest in so-called dead media, noting that new media often revive and recirculate material and techniques of communication that had been lost, neglected, or obscured. Some media archaeologists are also concerned with the relationship between media fantasies and technological development, especially the ways in which ideas about imaginary or speculative media affect the media that actually emerge.

The theories and concepts of media archaeology have been primarily elaborated by the scholars and cultural critics Thomas Elsaesser, Erkki Huhtamo, Siegfried Zielinski, and Wolfgang Ernst, taking off from earlier work by Michel Foucault on the archaeology of knowledge, Walter Benjamin on the culture of mass media, and film scholars such as C.W. Ceram on the archaeology of cinema. Other writers who have contributed to the discipline's emergence include Eric Kluitenberg, Anne Friedberg, Friedrich Kittler, and Jonathan Crary.



**“Alguna
vez todos
los nuevos
medios
serán
viejos”**

Siegfried Zielinski

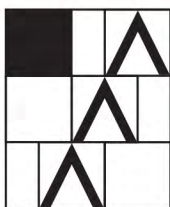
¿Disfrutaste el libro que comenzaste a leer?
Podés adquirirlo en www.lamarcaeditora.com y en cientos de
librerías.

Gracias por apoyar con tu lectura y recomendaciones este proyecto
editorial.

La marca editora es una editorial independiente argentina que desde hace más de 25 años publica libros vinculados a la cultura visual: ensayos sobre cine, fotografía, música; fotolibros; libros-álbum infantiles; proyectos innovadores; filosofía, estética, rock, poesía, flipbooks, libros de artista, libros de arte.

Detrás de nuestro catálogo hay muchos nombres. Una editorial independiente es el proyecto de un editor, pero la concreción de muchos otros: artistas, poetas, escritores, fotógrafos, traductores, diseñadores, ilustradores, correctores, imprenteros, maquinistas, encuadernadores, fotocromistas, administrativos, vendedores, cobradores, libreros, colegas, amigos.

Nuestro catálogo es el documento que referencia el recorrido que todos nosotros comenzamos hace 25 años. Porque editar no es una odisea, pero sí un viaje. Un catálogo es, entonces, además de una bitácora de la imaginación al servicio de lo que otros editores aún no han imaginado o un inventario de aquellos libros por los que no hubieron decidido su apuesta, un diploma al mérito que puede significar la subsistencia en tan grata actividad. Porque editar no es editar un libro, editar es seguir en este viaje.



la marca
editora