

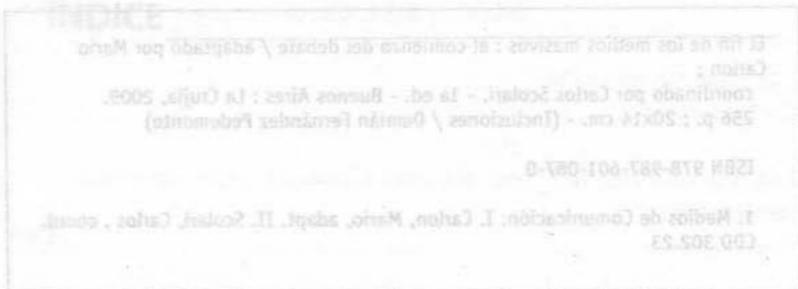
Mario Carlón / Carlos A. Scolari  
(editores)

# El fin de los medios masivos

El comienzo de un debate



lcrj<sup>3</sup> inclusiones



*Mario Carlón y Carlos A. Scolari (Eds.)*

# El fin de los medios masivos

## El comienzo de un debate

EL FIN DE LOS "MEDIOS SONGROS"

La música en los tiempos de los dogmas.  
Desmaterialización de la música y el nacimiento de la tecnología  
discográfica.  
Pablo Berio



**icrj' inclusiones**

# ÍNDICE

Prefacio	
Los medios en la era post-masiva	
<i>Mario Carlón y Carlos A. Scolari</i> .....	7
<b>EL FIN DE LOS MEDIOS IMPRESOS (EL LIBRO Y LOS DIARIOS)</b>	
¿Qué es un libro? ¡Pasado, presente y futuro!	
De la tabla de arcilla al <i>Smartbook</i> .	
<i>Robert K. Logan</i> .....	15
Mientras miro las viejas hojas.	
Una mirada semiótica sobre la muerte del libro.	
<i>Carlos Scolari</i> .....	33
Diarios: entre Internet, la desconfianza y los árboles muertos.	
<i>Sandra Valdettaro</i> .....	47
<b>EL FIN DE LOS “MEDIOS SONOROS”</b>	
La música en los tiempos de las descargas.	
Desmaterialización de la música y el fin de la textualidad discográfica.	
<i>Paolo Bertetti</i> .....	71
Asedios a la radio.	
<i>José Luis Fernández</i> .....	93

## EL FIN DEL CINE

INDICE

Las muertes del cine. <i>Gustavo Aprea</i> .....	115
Las tres muertes del cine: algunas hipótesis sobre un discurso recurrente. <i>Eduardo Russo</i> .....	137

## EL FIN DE LA TELEVISIÓN

¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era. <i>Mario Carlón</i> .....	159
This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión. <i>Carlos A. Scolari</i> .....	189
Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios. <i>Mirta Varela</i> .....	209
El fin de la historia de un mueble. <i>Eliseo Verón</i> .....	229

## EL FIN DE LOS NUEVOS MEDIOS

El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet. <i>Hugo Pardo Kuklinski</i> .....	251
Autores y editores.....	263

## PREFACIO

---

### Los medios en la era post-masiva

**Y**a sea como un efecto colateral del postmodernismo, porque la sociedad ha modificado profundamente sus prácticas sociales de consumo mediático o como consecuencia de la llegada de nuevos medios digitales que amenazan con devorarse toda la trama mass-mediática, los discursos “extincionistas” están de moda. No importa la razón: los sepultureros afilan las palas, miran de reojo al lector de este libro y se pasan la lengua por los labios mientras esperan a los cadáveres que están a punto de llegar.

Pero, como explican los autores convocados para este volumen, parece ser que los medios masivos nunca terminan de irse. Apenas algún sacerdote proclama la extremaunción, la pantalla del televisor se enciende y alcanza audiencias globales insólitas, las páginas de libros y periódicos son leídas con más atención, los espectadores corren a comprar entradas para el estreno mundial de *Batman* o *Spiderman* y las discográficas se sorprenden con un récord de ventas luego de que una banda (Radiohead) dejó tiempo antes que su último álbum se descargara al precio que ofrecía pagar el consumidor. ¿*Tyranosaurus Rex* a punto de extinguirse o especies capaces de sobrevivir? Vivimos un momento de transición, y para poder entender lo que se viene no podemos dejar de mirar al pasado, a las mutaciones que forjaron la cultura en que vivimos.

El libro comienza por esas mutaciones. **Robert K. Logan** (University of Toronto), uno de los mayores expertos mundiales en ecología de la comunicación que colaboró con Marshall McLuhan en los años '70, nos introduce en las páginas del objeto que parece tener la mayor capacidad de resistencia a la proclamada gran extinción: el libro. Paradigma de "memoria orgánica" (Eco dixit), quizá era la víctima más fácil de las pantallas interactivas. La fragilidad orgánica de sus páginas impresas excita el apetito de las nuevas especies que pueblan el ecosistema mediático (*Kindles, eBooks, Cybooks*). Y sin embargo... la celulosa resiste, el dispositivo-medio-interfaz inventado hace dos milenios no se entrega y todavía insistimos en la vieja costumbre de leer/escribir libros. Pero los medios impresos no se agotan con los libros. De hecho, el primer gran medio masivo después de los libros también tuvo por soporte al papel: nos referimos a los diarios, otro medio en la mira de los depredadores digitales. Afectados por las caídas de las ventas a nivel mundial, las publicaciones diarias y periódicas tratan de defender su tradicional espacio apelando a distintas estrategias: por ejemplo, mimetizándose con la interfaz de los portales informativos o fortificando su capital simbólico a nivel de marca (el diario impreso como garantía de calidad informativa). **Sandra Valdettaro** (Universidad Nacional de Rosario) analiza la situación de los diarios sin hacer leña del árbol caído ni caer en las trampas de los cazadores de especies en extinción.

Los "medios sonoros" constituyen, como es sabido, un capítulo aparte: objeto históricamente esquivo para la semiótica y de singular especificidad. Pero esa excepcional situación no alcanza a convertirse en un refugio inexpugnable a los discursos "extincionistas". En este libro dos trabajos, uno de **José Luis Fernández** (Universidad de Buenos Aires) y otro de **Paolo Bertetti** (Università di Siena), dan pruebas de lo que se dice. En primer lugar, Paolo Bertetti analiza algunas de las primeras víctimas de la revolución digital: el disco de vinilo y el CD musical. Mucho antes de la llegada de *MySpace* y de que el formato mp3 se encargara de pasar por la guillotina al disco de vinilo, el CD -un objeto a mitad de camino entre el pasado analógico y el futuro digital- había sido una especie de transición. Hoy, cuando la articulación del *download* y el mp3 parecen ser capaces de hacer trastabillar a una de las industrias del entretenimiento más só-

lidas del siglo XX, la discográfica, la historia ofrece, aparentemente, un final abierto. Con su documentada reflexión Bertetti nos ayuda a pensar esta encrucijada. En segundo término José Luis Fernández opone, a la metáfora ecológica, la bélica, y nos habla de los “asedios” al medio radiofónico. La radio (un medio siempre eclipsado por el poder de seducción teórico de las pantallas) ha sufrido a lo largo de su vida varios intentos de asalto, sobre todo por parte de la televisión y de Internet. Sin embargo, las noticias que nos llegan del frente radiofónico son positivas: la radio, ese *buen objeto* tan amado por generaciones, de engañosa debilidad, parece haber sido siempre en la historia uno de los medios mejor preparados para resistir.

En cuanto al cine, los anuncios de su muerte son tan lejanos como su nacimiento, sostiene **Eduardo Russo** (Universidad Nacional de La Plata). Pero ¿realmente el cine, ese gran arte moderno del siglo XX, va definitivamente a morir? Russo y **Gustavo Aprea** (Universidad Nacional de General Sarmiento) recorren sistemáticamente esos anuncios. Mientras Eduardo Russo revisa las “muertes” que afectan a sus principales dimensiones, aquellas que han definido su lugar en la historia social (el cine como arte, como máquina y como espectáculo dominante), Gustavo Aprea da cuenta de lo que cada una de sus sucesivas muertes –cada una de sus grandes etapas históricas– significó.

Llegamos así al capítulo dedicado a uno de los medios aparentemente condenados al museo de historia de la comunicación: la televisión. Hasta la llegada del supuesto “ángel de la muerte” –Internet– la pantalla chica era considerada el gran depredador mediático de la era del *broadcasting* (en sus épocas doradas la televisión amenazó de muerte al cine, la radio y la prensa). El medio masivo por excelencia del siglo XX no sólo no logró convertirse en un *buen objeto*, sino que, además, suele aparecer como el chico malo de esta historia. La televisión no sólo ha sido acusada de alienar y estupidizar sino, también, de asediar a la radio y debilitar al cine, dos medios “buenos” valorados por su función en la vida social. En este capítulo **Mirta Varela** (Universidad de Buenos Aires) reflexiona sobre su historia, desde el inicio al momento actual, incluyendo el análisis de un medio nuevo y cercano, aún poco estudiado, que ya no obedece

a las tradicionales leyes del *broadcasting*: YouTube. Y **Eliseo Verón** (Universidad de San Andrés), el más importante semiólogo que ha dado Latinoamérica, en “El fin de la historia de un mueble”, no duda: plantea, como lo viene haciendo desde hace algunos años, que la televisión ha entrado en su etapa final. Verón se mete de lleno en el velatorio de la pantalla chica y reflexiona sobre los cambios que afectan a la programación televisiva, las transmisiones en vivo y en directo y las nuevas formas de consumo audiovisual. Leer el texto de Verón significa entre otras cosas preguntarse si la frase “no se pierda el próximo episodio, a la misma hora y en el mismo canal” tendrá sentido para nuestros nietos.

El capítulo sobre el fin de la televisión se completa con trabajos de los editores, que plantean sus posiciones y no se privan de polemizar. Y en el capítulo dedicado a los medios impresos hay también un artículo de Carlos A. Scolari en el que lee el fin del libro con un ojo puesto en las pasiones textuales de Umberto Eco y otro en las interfaces de la escritura. Pero la descripción y evaluación de esos trabajos no puede ser tarea de estos editores: corresponde a esa especie inextinguible llamada *lector*.

Finalmente, hemos sumado a este libro un artículo que podría ser en realidad el primero de un nuevo (hiper)volumen dedicado al fin de los “nuevos” medios. Uno de los temas más debatidos mientras se editaba este libro ha sido precisamente el *rallentamiento* de la creación de nuevos blogs y el avance de las redes sociales. Algún periodista defensor del extincionismo no dudó, incluso, en decretar la muerte de los blogs ¿Por qué concluir un libro sobre el fin de los medios masivos con un texto dedicado a uno de los medios más jóvenes, que además desafía la lógica de los medios *one-to-many*? Para demostrar que el discurso extincionista no perdona géneros ni especies, **Hugo Pardo Kuklinksi** (Universitat de Vic) recupera ese debate todavía en curso y deja la puerta abierta para un nuevo volumen sobre “el fin de los medios post-masivos”.

Este libro es consecuencia de una serie de jornadas y debates que se realizaron en Buenos Aires y Rosario en el 2008, en los que participaron Eliseo Verón, José Luis Fernández, Sandra Valdetaro y los editores. En esa ocasión comenzó un amigable y rico intercambio

que movilizó a todos los participantes y continúa produciendo sus frutos. Para la realización de este volumen convocamos a semiólogos y especialistas de otras corrientes de estudios que creíamos podían aportar a la reflexión sobre el fin de los medios masivos. Los trabajos pocas veces debaten directamente entre sí, pero muchas veces lo hacen implícitamente y otras lo hacen abiertamente con otros autores. Creemos que este hecho, además de que es el primer libro que sistemáticamente indaga a los discursos sobre el fin de los distintos medios masivos, justifica el título que hemos elegido ¿Seguiremos leyendo diarios y libros? ¿Escucharemos la radio? ¿Se podrá seguir yendo al cine además de ver televisión? Quizás algunos de estos medios desaparezcan, otros sigan adelante y más de uno se adapte al nuevo sistema de medios de comunicación y logre sobrevivir. Pero más allá de la supervivencia individual de tal o cual especie mediática, intuimos que nos encontramos en el final de una era. El siglo XX quedará en la historia como la gran época de los medios masivos, aquella en la que reinaron prácticamente sin competencias y lograron una inserción única, influyendo sobre todos los aspectos que hacen a la vida social. Por eso el debate recién comienza: ¿podría haber comenzado seriamente antes, cuando los medios masivos se encontraban en su apogeo? Creemos que no.

Para no estirar demasiado este prefacio pasamos directamente a los agradecimientos. Queremos agradecer a a Silvia Quel, de La Crujía, y a Damián Fernández Pedemonte Director de la Colección Inclusiones, por creer en este proyecto. A todos los autores que aportaron sus textos y debatieron su contenido con los editores. A los participaron en las Jornadas y Debates en Rosario y Buenos Aires que dieron origen a este libro. Y a Diego Garay, por las ilustraciones que acompañan el artículo de Mario Carlón.

Carlos A. Scolari dedica el libro a Fernando Irigaray, entre co(m)pas.

Y Mario Carlón a Ana y Mariel.

*Mario Carlón y Carlos A. Scolari.*

En el marco del proceso de cambio que actualmente caracteriza al sistema mediático y la desestabilización que, según se percibe, afecta a los medios masivos, cabe preguntarse: ¿Seguiremos leyendo diarios y libros? ¿Escucharemos la radio? ¿Se podrá seguir yendo al cine además de ver televisión? Quizás algunos de estos medios desaparezcan, otros sigan adelante y más de uno se adapte al nuevo sistema de medios de comunicación y logre sobrevivir. Pero más allá de la supervivencia individual de tal o cual especie mediática, intuimos que nos encontramos en el final de una era. El siglo XX quedará en la historia como la gran época de los medios masivos, aquella en la que reinaron prácticamente sin competencias y lograron una inserción única, influyendo sobre todos los aspectos que hacen a la vida social. Por eso el debate recién comienza: ¿podría haber comenzado seriamente antes, cuando los medios masivos se encontraban en su apogeo? Creemos que no.

*Del prefacio de Mario Carlón y Carlón Scolari*

**Los autores:**

Robert Logan

Gustavo Aprea

Paolo Bertetti

Mario Carlón

José Luis Fernández

Hugo Pardo Kuklinski

Eduardo Russo

Carlos A. Scolari

Sandra Valdetaro

Mirta Varela

Eliseo Verón

**lcrj**<sup>3</sup>  
**LA CRUJÍA**

ISBN 978-987-601-087-0



9 789876 010870