

Diez mitos sobre la evolución de los medios

Carlos A. Scolari

Universitat Pompeu Fabra

<https://doi.org/10.26439/puentes.comunicacion2026.8873>

RESUMEN. El texto cuestiona diez lugares comunes sobre la evolución de los medios y propone reemplazar las visiones lineales, nostálgicas o apocalípticas por una comprensión compleja de los ecosistemas mediáticos. Discute la idea de que la escritura nació en Medio Oriente y recuerda que distintas sociedades desarrollaron soluciones comunicativas autónomas. También critica la secuencia simplificada oralidad-escritura-imprenta-digital, pues los medios no se suceden de modo ordenado ni desaparecen sin dejar huellas: conviven, se transforman y sobreviven en nuevas configuraciones. Relativiza, además la figura del inventor individual y destaca las redes de apropiación, negocio e innovación. Frente a los discursos que atribuyen efectos destructivos a la televisión, los videojuegos o la IA, muestra la recurrencia histórica del pesimismo tecnológico. En conjunto, invita a estudiar la evolución mediática como una red dinámica de mutaciones, adaptaciones y coevoluciones.

Durante el mes de octubre de 2025, tuve la ocasión de regresar a Perú invitado por la Universidad de Lima. Además de reencontrarme con queridos colegas y mantener excelentes conversaciones con estudiantes y profesores, visité la ciudad sagrada de Caral, Supe, un lugar único en el que se asentó la primera civilización de las Américas hace cinco mil años. Desde hace mucho tiempo, tenía marcado en mi Google Maps este enclave que reescribe en buena parte la historia de los *sapiens* en el continente americano. La cultura asentada en Caral fue contemporánea de las grandes civilizaciones en Egipto, Sumeria, China o India y se desarrolló de manera autónoma sin contacto con esos pueblos.

En Caral, se han encontrado algunos de los quipus más antiguos. Si se confirmaran algunas hipótesis que todavía se encuentran bajo la lupa de los investigadores, el quipu de Caral habría sido anudado alrededor del año 2500 antes de nuestra era. En ese caso, sería contemporáneo de Stonehenge y de las primeras bibliotecas babilónicas. Y, como si esto fuera poco, entre los bloques de la Pirámide Menor de Caral también se descubrieron seis representaciones pictóricas de quipus.

EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS

Y ya que hablamos de lugares, entre un desplazamiento y otro por tierras peruanas, fui tomando nota de algunos lugares comunes que inundan muchos discursos sobre los medios de comunicación. Como en todo campo de estudio, persisten mitos que se repiten año tras año, que sirven para justificar decisiones políticas o académicas, sustentar una posición en un debate o, simplemente, para quedar bien en la sobremesa después de la defensa de una tesis doctoral. En este texto, me gustaría reflexionar sobre diez lugares comunes en torno a la evolución de los medios.

Pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos de la evolución de los medios? La evolución de los medios (inglés, *media evolution*) es un enfoque teórico que estudia los procesos de transformación de los ecosistemas mediáticos a lo largo del tiempo entendiendo estos cambios no como una simple sucesión cronológica de dispositivos, sino como una dinámica compleja de mutaciones, adaptaciones y coevoluciones entre sujetos, instituciones, tecnologías y prácticas sociales. Esta perspectiva sostiene que los medios no se extinguen, sino que se reconfiguran y sobreviven en las nuevas expresiones de la comunicación (Scolari, 2024).

A diferencia de la historia de los medios, una disciplina que tiende a adoptar una perspectiva cronológica y monomediática, la evolución mediática destaca la competencia/cooperación entre medios y las relaciones intermediales, siempre en un contexto marcado por procesos no lineales en los que la innovación no siempre implica ruptura, sino también reorganización y diálogo con formas previas. La evolución de los medios, por tanto, complementa el enfoque histórico con una mirada sistémica, compleja y reticular que integra múltiples dimensiones —tecnológica, social, institucional, simbólica— para comprender las transformaciones del ecosistema mediático.

Ahora sí, podemos pasar a los lugares comunes de la evolución de los medios, que no son otra cosa que mitos ampliamente difundidos más allá del circuito académico.

Primer mito: la escritura nació en Medio Oriente

Durante siglos, se repitió una y otra vez la historia de Babel relatada en el Antiguo Testamento:

En aquel tiempo, todo el mundo hablaba el mismo idioma. Cuando salieron de la región oriental, encontraron una llanura en la región de Sinar y allí se quedaron a vivir. Un día, se dijeron unos a otros: “vamos a hacer ladrillos y a cocerlos en el fuego”. Así, usaron ladrillos en lugar de piedras y asfalto natural en lugar de mezcla. Después dijeron: “vengan, vamos a construir una ciudad y una torre que llegue hasta el cielo. De este modo nos haremos famosos y no tendremos que dispersarnos por toda la tierra”.

Pero el Señor bajó a ver la ciudad y la torre que los hombres estaban construyendo, y pensó: “ellos son un solo pueblo y hablan un solo idioma; por eso han comenzado este trabajo, y ahora por nada del mundo van a dejar de hacerlo. Es mejor que bajemos a confundir su idioma, para que no se entiendan entre ellos”.

Así fue como el Señor los dispersó por toda la tierra, y ellos dejaron de construir la ciudad. En ese lugar, el Señor confundió el idioma de todos los habitantes de la tierra, y de allí los dispersó por todo el mundo. Por eso la ciudad se llamó Babel. (Génesis 11:1-9, Nueva Versión Internacional, 1999)

Quizás fue la energía narrativa que emanaba del Génesis la que afianzó la idea de que la escritura solo apareció entre el Tigris y el Éufrates. A partir de esas raíces mediorientales, tomó forma un relato eurocéntrico que pasa de Babilonia (escritura cuneiforme sobre tablillas) a Grecia y Roma, vía Egipto (jeroglíficos sobre papiro). Hoy sabemos que la escritura, como la agricultura o el dinero, nació en diferentes continentes sin que hubiera necesariamente una conexión entre esas experiencias. Esta tecnología cognitiva se desarrolló de forma autónoma en China, África, Mesoamérica y, quizás, en la Isla de Pascua. Frente a un mismo problema —la gestión del conocimiento y la transmisión de la información en sociedades cada vez más complejas—, los *sapiens* desarrollaron diferentes soluciones: ya sea grabar muescas en tablillas de arcilla, trazar jeroglíficos en rollos de papiro o anudar hilos en Caral.

Segundo mito: después de la oralidad, la escritura

Ciertos enfoques teóricos se complacen en simplificar la evolución mediática y cultural en grandes fases: oralidad, escritura, imprenta, digital. En ese contexto, el pasaje de la oralidad a la escritura se presenta como un proceso casi lineal, irreversible y unidireccional. Las investigaciones más recientes —ver, por ejemplo, *El amanecer de todo*, de David Graeber y David Wengrow, uno de mis libros favoritos— nos presentan una historia menos lineal de la evolución de los *sapiens*. Lo que aparece, más bien, es una historia plena de experimentos sociales (muchos fracasados), avances y retrocesos.

La oralidad interactuó —e interactúa— con la escritura hasta nuestros días. En muchas culturas —por ejemplo, en las sociedades del valle del Indo—, la escritura sirvió más como una ayuda memoria para los relatos orales que como una forma autónoma de preservación y transmisión del conocimiento. Algo similar podría haber pasado con los quipus peruanos, hasta ahora solo considerados sistemas de cómputo.

Más que pensar en un “pasaje” de la oralidad a la escritura, deberíamos profundizar en la coevolución, convivencia y relaciones peligrosas entre las diferentes formas de comunicación. La misma mirada podría aplicarse a otras transiciones: el libro impreso no implicó la extinción de las prácticas manuscritas ni la cultura digital arrasó con las modalidades anteriores de comunicación.

Tercer mito: Gutenberg inventó la imprenta de tipos móviles metálicos

Durante cinco siglos hemos festejado la invención de este emprendedor del valle del Rin. Johannes Gutenberg entró en la historia con letras de molde —nunca mejor dicho— por haber inventado la primera imprenta con tipos móviles... ¡STOP! La imprenta con tipos móviles ya había sido inventada en China en el siglo X, cuatrocientos años antes de Gutenberg. Además de los mejores papeles y tintas, los orientales perfeccionaron las técnicas de impresión utilizando tipos de porcelana y madera.

Los historiadores europeos, para no perder la *pole position*, cambiaron la formulación de este récord Guinness: Gutenberg habría sido el primero en imprimir un libro con tipos móviles metálicos... ¡STOP! Los coreanos imprimieron el primer libro con tipografías metálicas fundidas un siglo antes de Gutenberg. Se trata del *Jikji*, un volumen bien archivado en la Biblioteca Nacional de Francia pese a los reclamos coreanos.

¿Qué le queda a Johannes Gutenberg? Quizás el récord Guinness de haber sido el primer emprendedor del mundo de la comunicación en pedir prestado dinero y no poder devolverlo. Hace cinco siglos, los prestamistas del valle del Rin tampoco perdonaban las deudas.

Cuarto mito: Thomas Edison y Bill Gates fueron grandes inventores

En 1890, una de las principales fuentes de ingreso de la Thomas A. Edison, Inc. era el kinetoscopio, un dispositivo de visionado individual que permitía gozar de un cortometraje por solo cinco céntimos. Al controlar las patentes, la producción de dispositivos y la creación de filmes, Edison tenía un dominio total y monopólico sobre este medio. El kinetoscopio era la gallina de los huevos de oro. Cuando los hermanos Lumière cruzaron el Atlántico y presentaron su cinematógrafo en Nueva York en 1896, agarraron a Edison con el pie cambiado (en ese momento, estaba obsesionado con los rayos X). Ante el éxito de los franceses, Edison salió corriendo a comprar por pocos dólares un proyector y relanzarlo con el nombre de su propia empresa. Al poco tiempo, la Thomas A. Edison, Inc. controlaba el mercado cinematográfico en los Estados Unidos a golpe de patentes, abogados y esbirros a su servicio.

Algo por el estilo hizo Bill Gates en 1980, cuando compró un sistema operativo a unos amigos, lo rebautizó como MS-DOS y se lo vendió a IBM. El muchacho le tomó el gusto a este tipo de operaciones. En 1995, cuando Microsoft vio que llegaba tarde a la World Wide Web, adquirió un *browser* por un puñado de dólares y lo relanzó mundialmente como Internet Explorer. Más que inventores —y a diferencia de Gutenberg, que terminó en la ruina—, Edison y Gates fueron avisados hombres de negocios.

Quinto mito: la televisión destruyó las mejores mentes de mi generación

El inicio de “Aullido”, el grito poético de la generación *beat* escrito por Allen Ginsberg en 1956, dice:

Vi las mejores mentes de mi generación destruidas por la locura, hambrientas histéricas
desnudas,
arrastrándose por las calles de los negros al amanecer en busca de un colérico pinchazo,
hipsters con cabezas de ángel ardiendo por la antigua conexión celestial con el estrellado
dínamo de la maquinaria nocturna,
que pobres y harapientos y ojerosos y drogados pasaron la noche fumando en la oscuridad
sobrenatural de apartamentos de agua fría, flotando sobre las cimas de las ciudades
contemplando jazz, ... (Ginsberg, 1956/2019, p. 11)

Tengo en mi escritorio un libro usado que compré en Ciudad de México el año pasado. Siempre que puedo doy una vuelta por las librerías de libros de segunda mano de la calle Donceles, detrás de la semihundida catedral. Pero este lo conseguí en una librería de colonia Roma. Las librerías de libros usados de México son las más fascinantes del mundo. El libro se titula *La droga que se enchufa* y fue publicado por Marie Winn en 1981. Winn es mcluhaniana. En la página 17 escribe que “la preocupación por los efectos que la televisión ejerce sobre los niños se ha centrado casi exclusivamente en el contenido de los programas que ven”. Para Winn, es la misma experiencia televisiva la que afecta a las nuevas generaciones. Pero aquí la autora se separa de Marshall McLuhan. Winn es apocalíptica.

Durante medio siglo, muchos psicólogos, sociólogos, periodistas, políticos y predicadores alertaron sobre los terribles efectos de la televisión en los niños (o sea, en mi generación y en las que vinieron después, que crecieron al calor de *El Zorro*, *El Chavo del Ocho* y *Brigada A*). Pero volvamos al libro de Winn. Trescientas páginas más adelante, concluye la autora:

las incursiones que la televisión hace en la vida familiar, su efecto en las comidas, en las conversaciones, en los juegos, en los rituales, puede persuadir a los padres de que el precio de aceptar la televisión como una fuerza en la familia es demasiado elevado para pagarlo. (Winn, 1981, pp. 305-306)

Imaginen el resto.

Desde la difusión de la televisión tras la Segunda Guerra Mundial, miles de estudios se centraron en sus supuestos efectos negativos. Niños y jóvenes eran las víctimas principales de los investigadores. Ya en los años 1950, sociólogos y psicólogos alertaban sobre el tiempo que los menores pasaban frente a la pantalla y sus consecuencias en otras actividades como leer, jugar o socializar. A lo largo de las décadas se habló no solo del impacto de los contenidos violentos, sino también de la posibilidad de que la televisión generara nuevas formas de adicción. Algunos estudios la compararon con una especie de hipnosis, mientras que otros hablaron directamente de dependencia, con síntomas como la apatía, el aislamiento o la dificultad para dejar de mirar.

Así crecimos, así salimos, gracias a la maldita e indispensable televisión.

Sexto mito: los videojuegos destruyeron las mejores mentes de la siguiente generación

Las mismas barbaridades que se escribieron durante décadas sobre la televisión se han vuelto a escribir sobre la web, las redes sociales y los videojuegos. Muchos estudios sobre el *gaming* han repetido la misma cantinela sobre la adicción, el aislamiento social o la agresividad. Recordemos de paso que en el siglo XIX se decían cosas parecidas sobre la lectura de novelas.

Lo reconozco: después de investigar durante varios años la evolución de los ecosistemas mediáticos y los discursos que acompañan esa evolución, me aburre mucho escribir sobre estos temas. Para un recorrido histórico de los discursos apocalípticos sobre los medios y las tecnologías, no dejen de visitar el *Pessimist Archive*¹, un maravilloso proyecto que recopila discursos apocalípticos sobre las tecnologías del pasado. Antes de abrir la boca en las sobremesas para decir que las inteligencias artificiales nos vuelven tontos o que TikTok afecta nuestra capacidad de raciocinio, conviene darle una ojeada al archivo de los pesimistas.

Séptimo mito: los medios se extinguen

¿Cuántos libros se han publicado sobre la muerte del libro? ¿Qué decir sobre el fin del cine? ¿Y la muerte de la televisión? En 2009, editamos con Mario Carlón una recopilación titulada *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*, que incluía contribuciones de varios colegas de Europa,

¹ <https://pessimistsarchive.org/>

América Latina y Canadá. El libro se amplió en la segunda edición de 2014 con el subtítulo *El debate continúa* (Carlón & Scolari, 2009; 2014). Algunos lectores se quedaron en el título y se olvidaron del resto: “Carlón y Scolari dicen que los medios masivos han desaparecido”... En fin.

Sabemos que los medios pueden desaparecer —el que haya enviado un telegrama en los últimos veinticinco años, que tire el primer telégrafo—, pero alguno de sus componentes siempre estará presente en otros medios. A esto se refería Marshall McLuhan cuando decía que “el contenido de un medio es otro medio”. Es difícil dar totalmente por extinguido a un medio. Un medio viejo como el disco de vinilo, que estaba a punto de desaparecer, volvió y se consolidó en su nicho; otros, como el telégrafo, dejaron de existir, pero siguen vivos en formas de escritura telegráfica en los nuevos medios digitales. Así como el ADN de los dinosaurios está presente en las aves, el material genético de los viejos medios sigue vivo en las nuevas formas de comunicación.

Octavo mito: la evolución de los medios es una línea

Retomo el tema del pasaje de la oralidad a la escritura. Estamos rodeados de gráficos, ilustraciones y *timelines* que nos muestran secuencias de medios o tecnologías. En el ámbito del *software*, esas series adoptan un formato numérico: Photoshop 1.0, Photoshop 2.0, Photoshop 3.0... También el *hardware*: iPhone 15, iPhone 16, iPhone 17... La World Wide Web cayó en la misma trampa: web 1.0, web 2.0, web 3.0... Las inteligencias artificiales tampoco escapan GPT-3.5, GPT-4, GPT-5.2... Como he explicado en *Las leyes de la interfaz* (Scolari, 2021) o en *Sobre la evolución de los medios* (Scolari, 2024), la evolución de las tecnologías en general y de los medios en particular es una red. Las *timelines* son útiles para visualizar a grandes trazos el desarrollo de una tecnología o medio, pero si queremos transmitir una idea más ajustada de la complejidad de los procesos evolutivos, debemos apostar por otras formas de representación. Me gusta imaginar la evolución de los medios como una red tridimensional.

Noveno mito: el boom de las inteligencias artificiales durará cinco años

En el año 2030 tendremos una AGI —o sea, una inteligencia artificial “fuerte” que superará la capacidad del *Homo sapiens*— que nos dirá a qué hora ir al baño; en 2037, el metaverso estará en todos los globos oculares del planeta y en el mundial FIFA 2042 el hijo de Lionel Messi meterá un gol olímpico en la final contra China... Los sistemas complejos son impredecibles. En el mejor de los casos, podemos elaborar escenarios a corto plazo.

Así como ningún copista medieval podía prever que un emprendedor del valle del Rin armaría una máquina para reproducir libros, en cualquier momento unos hermanos Lumière o un Steve Jobs pueden sacar algo de la galera que cambie las reglas del juego en pocos días. No sabemos qué forma adoptará el ecosistema mediático de aquí a pocos años. O, dicho en términos docentes, no sabemos dónde estarán trabajando nuestros estudiantes de aquí a dos décadas.

Prefiero esta incertidumbre a que mis estudiantes pasen cincuenta años sentados en una sala de redacción o en una agencia escribiendo la misma aburrida gacetilla de prensa.

Décimo mito: todo medio pasado fue mejor

Los mitos quinto y sexto nos llevan a otro lugar común de la evolución de los medios: pensar que todo medio pasado fue mejor. El rechazo a los *new media* se complementa con el recuerdo bondadoso y nostálgico de los *old media*. Los adultos que criticaban a sus hijos, hijas e hijes por mirar la televisión, soñaban con libros impresos, y los que hoy cuestionan al piberío por jugar *videogames* o toquetear el TikTok, fantasean con el imposible retorno a las pantallas televisivas. ¡Eso sí que era comunicación! Toda la familia reunida frente a la pantalla y un plato de pasta.

¿Dejaremos algún día de pensar en términos binarios? ¿Superaremos las visiones lineales y secuenciales? ¿Seremos capaces de aprehender los fenómenos mediáticos en toda su complejidad, sin caer en oposiciones irreconciliables? Hace más de medio siglo, Umberto Eco criticó en igual medida a los apocalípticos y los integrados frente a la cultura de masas; y, en 1987, Jesús Martín-Barbero alertaba sobre el “dualismo maniqueo” que proliferaba en los estudios de comunicación. Si queremos comprender las complejidades de la evolución mediática, debemos mirar más allá de las oposiciones binarias, alejarnos de los modelos secuenciales y esquivar los lugares comunes, que son más de diez y se renuevan en cada generación.

REFERENCIAS

- Carlón, M. & Scolari, C. A. (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía.
- Carlón, M. & Scolari, C. A. (2014). *El fin de los medios masivos. El debate continúa*. La Crujía.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Ginzberg, A. (2019). *Aullido y otros poemas* (R. Olavarría trad.). Anagrama. (Obra original publicada en 1956).
- Graeber, D. & Wengrow, D. (2022). *El amanecer de todo*. Crítica.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gilli.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios. Las extensiones del ser humano*. Paidós.
- Scolari, C. A. (2021). *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología* (2.ª ed.). Gedisa.
- Scolari, C. A. (2022). *La guerra de las plataformas*. Anagrama.
- Scolari, C. A. (2024). *Sobre la evolución de los medios. Emergencia, adaptación y supervivencia*. Ampersand.
- Winn, M. (1981). *La droga que se enchufa*. Diana.

