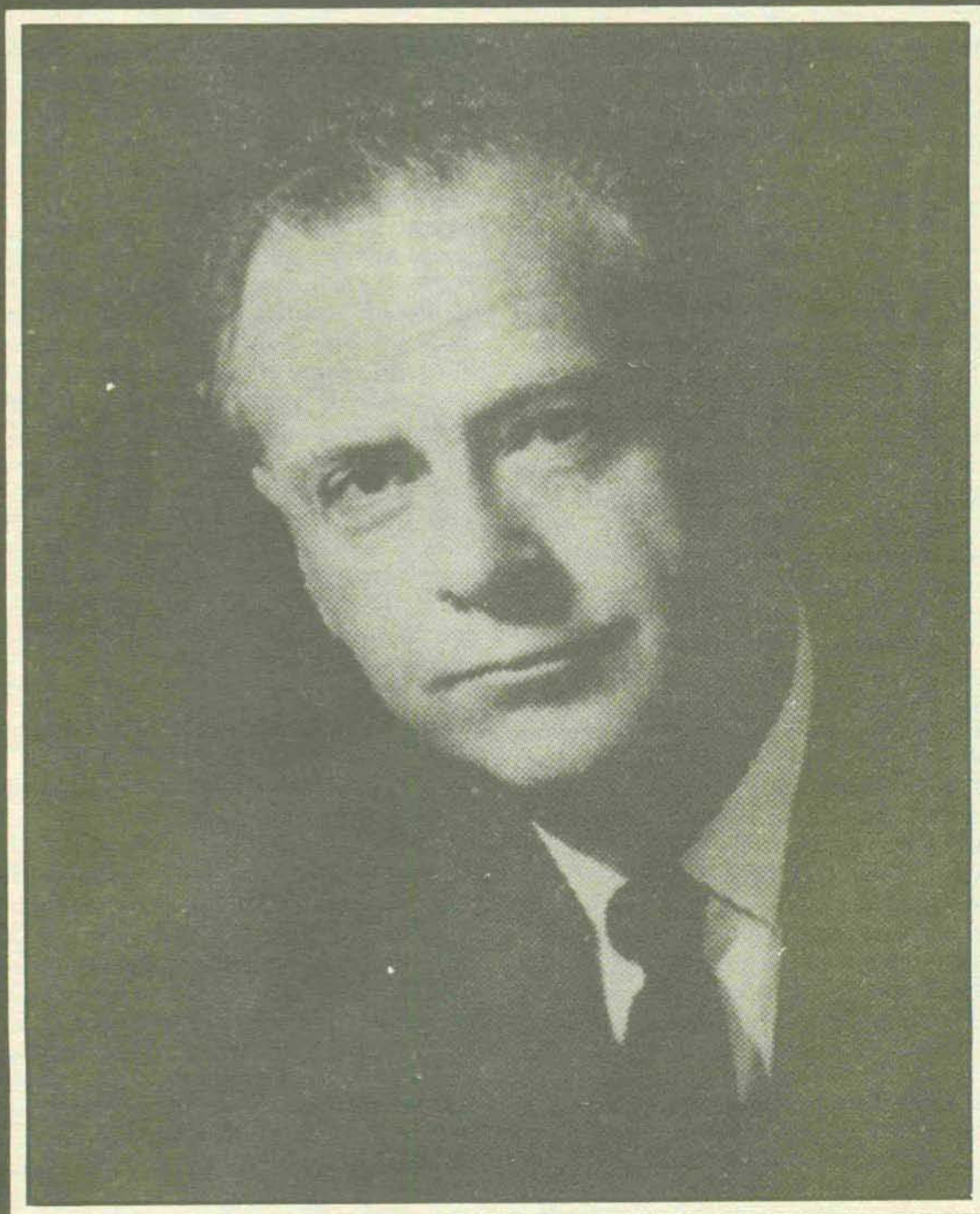


# El legado de McLUHAN

Román Gubern



*L*A espectacular atención concedida por los medios de comunicación a la figura de Marshall McLuhan, con motivo de su fallecimiento en el último día del año 1980, ha puesto de relieve algunas de las grandes paradojas del que se puede ya denominar el «caso McLuhan».



**L**A primera paradoja radica en el hecho de que un hombre cuya producción es una especulación teórica sobre fenómenos culturales, a caballo de la psicología, la antropología, la sociología, la historia y de otras disciplinas académicas, ha conseguido un **status** de vasta popularidad y de reconocimiento divístico del que no han gozado científicos contemporáneos más rigurosos e innovadores, a veces investigadores de áreas culturales vecinas o coincidentes, tales como Walter Benjamin o T. W. Adorno, los psicólogos Jean Piaget o Wolfgang Kohler, los sociólogos Edgar Morin o Paul F. Lazarsfeld, o el francés Jean Baudrillard, nombres que probablemente no dirían nada al lector medio de periódicos que conocía en cambio a McLuhan, si no a través de la lectura directa de su obra, al menos a través de divulgaciones tan sintéticas como poco fiables y popularizadas, cual el aserto **el medio es el mensaje**. Naturalmente, la razón fundamental del estrellato público de McLuhan derivó de la atención y del mimo con que le trataron los medios de comunicación de masas, justamente como contrapartida agradecida a la apología mesiánica de McLuhan a los modernos **mass media**, no empañada por ninguna crítica política o ideológica a los grandes centros de la Industria Cultural capitalista. De este modo, los **media** mimados por McLuhan hicieron primero de él una estrella de consumo —apareciendo incluso en una jocosa y célebre escena del film **Annie Hall**, de Woody Allen— y le rindieron un sonado homenaje a la hora de su muerte. Es, desde

N, T, 123456, 46, M, E, HE, /RD1/MU/ZORØ/GE/641, 642, /LI/Ø3/DL/S23/DR/L1Ø  
 KB/AØ8B, BØ8E, CØ4E, GØ4E, HØ4E, HØ6B, IØ3B, IØ3B, IØ5B, KØ2B, OØ2E, QØ6E, RØ3B,  
 TØ7E, UØ8E, XØ3E, XØ7E/R21/MU/TSLØ, TSLA/DR/F22/KB/AØ3B, AØ8B, BØ6B, BØ8B,  
 GØ8B, IØ4B, KØ2B, LØ3B, MØ2E, MØ2E, MØ2B, MØ2B, MØ2B, NØ2B, NØ2B, NØ5E, NØ7E,  
 OØ4E, PØ6E, QØ8B, VØ6B, VØ7E, XØ7B, XØ7E/RM1/MU/ZGRØ, WSRØ/GE 621, 762/LI/O2  
 DL/S17/DR/L1Ø/KB/BØ6E, CØ7E, EØ3E, GØ7E, HØ4E, HØ3E, HØ9B, JØ8B, JØ2E, JØ3E,  
 JØ4B, KØ2E, KØ1E, KØ4B, KO2E, NØ4E, OØ2E, QØ4E, TO9B, VØ8E, VØ9E/RH1/MU/WKRL/  
 DL/R23/DR/L11/KB/AØ8E, BØ6E, CØ8B, DØ9E, FØ7E, FØ9B, FØ6E, IØ7B, JØ5B, J1ØB,  
 JØ4B, KØ8B, LØ6B, LØ1E, OØ3E, OØ5E, QØ6E, SØ7E, SØ3E, UØ9E, VØ6E, VØ4E, WØ2E, XØ6B  
 RK1/MU/SCRØ/GE/6Ø1, 12/DL/R17/KB/AØ1E, AØ5E, AØ7E, CØ5E, IØ6B, JØ3B, KØ3E,  
 KØ2E, RØ2E, SØ6E, TØ8E, VØ7B, WØ9E/ZCLØ/GE/622, 612/LI/Ø2/DL/M15/DR/624/  
 SF/NAS, 7IK/KB/B1ØB, CØ8B, FØ5B, HØ6B, IØ2B, LØ2B, NØ2B, OØ2B, PØ7E, SØ5B, SØ7E,  
 TØ9B, WØ3B, WØ7B, XØ5B, XØ2E/LZ1MU/SCLØ/GE/21, 512/DR/IØ4/KB/AØ6B, CØ3B,  
 D1ØB, CØ3B, HØ5E, IØ4B, IØ2B, JØ5E, KØ3E, LØ2E, RØ5E, RØ7B, TØ9E, WØ6B, XØ2BXØ1E/  
 LM1/MU/SCLØ/GE/21, 521/DR/IØ9/KB/CØ9B, EØ5B, GØ5B, JØ2B, OØ6E, UØ5B, WØ3B,  
 XØ5E/LR1/MU/SCLØ/GE/552, 521/DR/J13/SF/NAS, ?SC/KB/EØ7B, HØ5B, OØ3E/LK1/  
 MU/SCLØ/GE/522/DR/J12/KB/EØ6E, EØ8B, HØ5E, XØ3E, SØ2E, SØ8E, VØ5B, XØ4E, XØ2E/



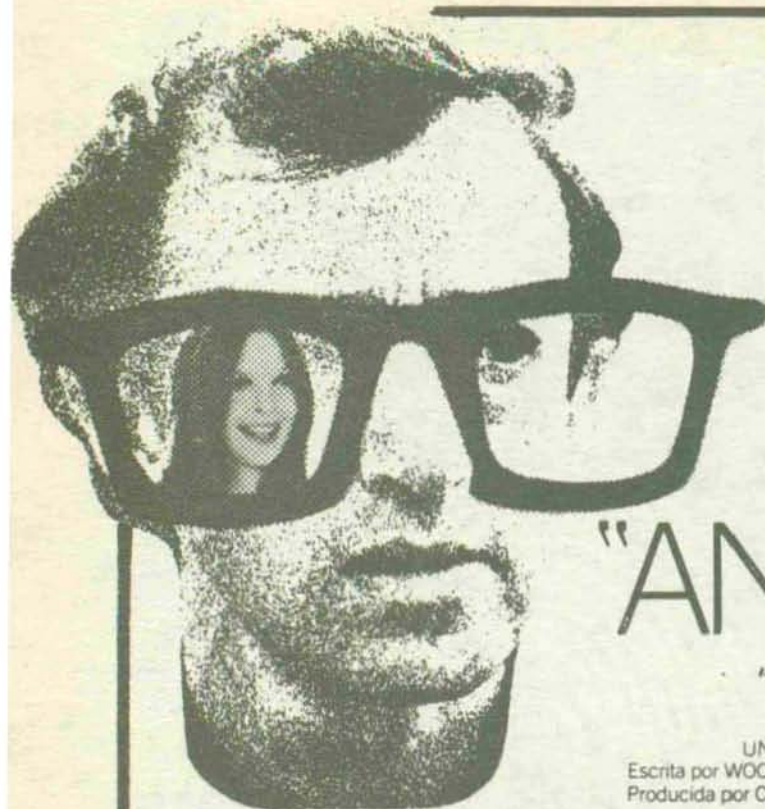
Para McLuhan, «...todos los inventos humanos, desde la rueda a la electricidad, no son más que prolongaciones técnicas del sistema nervioso, de las facultades o del equipamiento corporal humano». (En la foto, una huella dactilar «descrita» por una computadora Siemens).

luego, un fenómeno atípico para quienes trabajan en el campo raramente goloso de la especulación teórica.

Pero acaso una segunda razón de la popularidad de McLuhan derive justamente de haber situado su obra al margen de las corrientes académicas establecidas, o implícitamente consideradas «ortodoxas», en los estudios de comunicología. McLuhan no se adscribió ni al neokantismo, ni al neopositivismo, ni al funcionalismo, ni a la tradición empírica de la sociología norteamericana, ni a la semiología, ni al campo de las teorías matemáticas de la comunicación... McLuhan, con su característico espíritu de provocación, se erigió en fundador aislado de una corriente de pensamiento, el **mcluhanismo**, que no deja discípulos, ni puede dejar-

los. Su cosmovisión se agota en su sugerente obra-mosaico, tejida por un zigzag de observaciones penetrantes y de agudos comentarios, y se cierra definitivamente con su muerte. Es, para los historiadores de las teorías de la comunicación, un personaje decididamente incómodo e inclasificable, una especie de arrogante Robinsón Crusoe de la comunicología. Con la particularidad de que, a diferencia de los estudios universitarios, meticulosos, metódicos y monográficos de la tradición académica, que se prestan mal a una divulgación compacta, sintética, digerible y atractiva, toda la obra de McLuhan está escrita desde el nivel de la divulgación más seductora y con una profusión de fáciles eslogans y de provocadores paradigmas —**el medio es el mensaje**, la aldea





WOODY  
ALLEN  
DIANE  
KEATON  
TONY  
ROBERTS

# "ANNIE HALL"

"CASI" UNA HISTORIA DE AMOR

UNA PRODUCCION JACK ROLLINS-CHARLES H. JOFFE  
Escrita por WOODY ALLEN y MARSHALL BRICKMAN · Dirigida por WOODY ALLEN  
Producida por CHARLES H. JOFFE · COLOR

**United Artists**  
A Paramount Company

«Los media mimados por McLuhan hicieron primero de él una estrella de consumo —apareciendo incluso en una jocosa y célebre escena del film «Annie Hall», de Woody Allen— y le rindieron un sonado homenaje a la hora de su muerte». (Cartel publicitario de la película «Annie Hall», en la que Marshall McLuhan interpreta su propio personaje).

global, los medios fríos y calientes— de gran eficacia publicitaria y que se han incorporado con extraordinaria facilidad al acervo social de conocimientos comunes a grandes masas de personas. Creemos que este es otro dato a retener para explicar la extraña, por atípica, popularidad de este pensador canadiense.

Sin embargo, la originalidad de McLuhan es sólo relativa, y él mismo ha reconocido su deuda hacia algunas contribuciones científicas previas que han fundamentado los pilares centrales de sus teorías, como las de Harold A. Innis y de Edward T. Hall. Esto suele ser normal en la trayectoria de todo pensador o científico y no se puede convertir en una recriminación hacia McLuhan. Por otra parte, adoptando puntos de partida ajenos, llegó a veces a desarrollos teóricos y a conclusiones que rebasaban ampliamente, en audacia y originalidad, a los

elementos que tomó prestados. De las dos facetas que se engloban en la teorización de McLuhan —la historia y la prospectiva de la comunicación social—, es la primera la que arroja un mayor saldo de deudas culturales, mientras que la utopía futurista de la arcadia electrónica debe más a sus propias facultades de visionario, si bien tal utopía es rigurosamente consecuente con la valoración de aquellas premisas históricas previas.

Aclaremos que la formación científica de McLuhan se desarrolló dentro de los cánones más tradicionales de las pautas académicas y humanistas anglosajonas. Nacido en Edmonton, en la provincia canadiense de Alberta, el 21 de julio de 1911, ya a los diez años construía receptores de radio de detección por galena, para penetrar en la novísima galaxia Marconi, que proporcionaba gratos programas de música a sus oyen-

tes. Este interés temprano por la tecnología se plasmó en su primera decisión de estudiar ingeniería, materia que trocó finalmente por la literatura inglesa, que estudió en el Trinity College de Cambridge (Inglaterra). Su interés por la riqueza lingüística y expresiva de Joyce, personaje frecuentemente evocado en sus ensayos, le llevó a indagar en las raíces del simbolismo literario hasta llegar a las parodias estilísticas del escritor isabelino Thomas Nashe (¿1567-1601?), cuyo talento satírico había brillado desde su primer libro, *La anatomía del absurdo* (1588). Al estudio de este escritor relativamente poco conocido dedicó McLuhan su tesis doctoral (1942), que no sería publicada hasta 1970, cuando McLuhan era ya una estrella en el firmamento intelectual anglosajón. Luego ejercería como profesor de literatura medieval y renacentista en



los Estados Unidos (Universidades de Saint Louis y de Wisconsin) y en Canadá (Universidad de La Asunción, Windsor, Ontario, y Universidad de Toronto). Experto en la antigua y acreditada cultura literaria **highbrow**, a mediados de los años cuarenta la sensible receptividad de McLuhan empezó a ser atraída por los nuevos fenómenos de la cultura de masas, en una civilización cuyo ecosistema cultural estaba por entonces dominado por la radio, por los comics, por la publicidad y por el cine. Bajo este nuevo interés escribió su primer libro, titulado **The Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man**, publicado en 1951, y que en su época pasó totalmente inadvertido. Sin embargo, este texto, publicado en Buenos Aires en castellano en 1967, exhibe ya la perspicacia y el ingenio mcluhaniano al definir a nuestro automóvil, fetiche de la sociedad industrial, como nuestra «novia mecánica».

El año 1951 fue, pues, un año clave en la inflexión de la carrera de McLuhan como investigador y pensador. Antes de escribir **La novia mecánica** —declararía años después a Eric Norden—, «equiparaba la revolución industrial al pecado original y los medios de comunicación de masas a la caída». Con esta metáfora moralista, impregnada de fundamentalismo protestante, McLuhan se autodescribía muy bien como el erudito elitista interesado únicamente por los productos de la **alta cultura** académicamente legitimada y despectivo hacia ese **folklore del hombre industrial**. Pero en 1951 conoció también McLuhan al economista ca-

nadiense Harold A. Innis, autor de textos tan fundamentales (y hoy tan poco valorados) como **The Bias of Communications and Empire and Communication**, de donde McLuhan extraería, como él mismo ha confesado, las ideas germinales de **La galaxia Gutenberg**. Pero antes, decididamente polarizado por los estudios de comunicología, McLuhan había recibido una beca para el Seminario de Cultura y Comunicaciones de la Fundación Ford. Para dar salida a los materiales de debate y de reflexión generados en tal seminario, McLuhan y el antropólogo Edmond Carpenter fundaron la revista elocuentemente titulada **Explorations**, que publicó nueve números entre 1953 y 1959, en los que vieron la luz interesantes trabajos sobre comunicación verbal (oral y escrita), sobre comunicación táctil y visual y sobre los nuevos lenguajes producidos por los medios electrónicos. Una selección de estos artículos fue publicada en el libro **Explorations in Communication** (1960), volumen que constituyó precisamente la primera traducción mcluhaniana en España, por indicación mía, traducción que su editor barcelonés tituló **El aula sin muros** (1968), por ser el título de uno de los artículos de McLuhan incluidos en el libro, y para el que redacté una introducción que creo fue exactamente esto, la primera «introducción» a McLuhan en el mercado de lengua castellana.

Después de esta estimulante antología, que definía ya claramente la zona de interés teórico de McLuhan, publicó en 1962 uno de sus títulos fundamentales y que le haría famoso de la noche a la ma-

ñana: **The Gutenberg Galaxy: the Making of Typographic Man**, traducido en 1969 al castellano con el título **La Galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus**. Haciendo gala de una erudición abrumadora y que será característica, McLuhan explicaba en su libro, con desparpajo y brillantez, cómo la adopción por parte del hombre de la tecnología comunicativa del alfabeto fonético le hizo pasar del estadio acústico al visual, estableció una ordenación lineal y secuencial de la comunicación, produjo la destrribalización humana e inició una revolución intelectual y sensorial que culminó con la aparición de la imprenta, matriz histórica del **homo typographicus**. La imprenta contribuyó a acelerar el declive de la comunicación audiotáctil en el hombre, pero tuvo efectos sociales gigantescos: se potenció el conocimiento científico, así como su acumulación y difusión; la cultura se convirtió en mercancía, susceptible de ser producida mecánicamente (creando las primeras cadenas de montaje), vendida, comprada y conservada; nació la noción de autor individualizado; uniformó y codificó las diversas lenguas nacionales, reforzando a la vez el poder político central; pero a la vez la lectura privada creó la noción filosófica del Yo, origen del individualismo occidental, y la meditación aislada de la Biblia generó la discrepancia protestante... Toda una enorme estela de consecuencias sociopolíticas y culturales derivó de la instauración de la era gutenberiana. A McLuhan le preocupó especialmente la mutilación que el libro impreso impuso a su capacidad



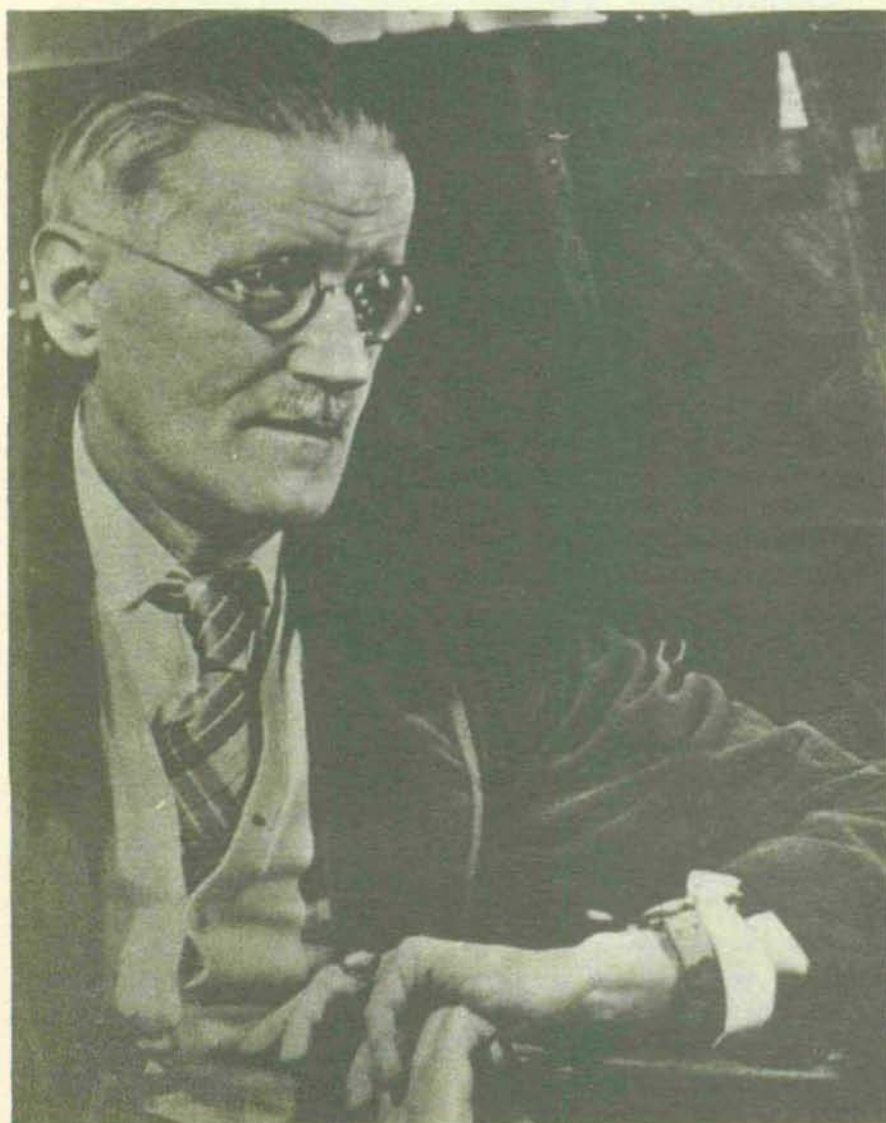
de comunicación audio-táctil, propia de la era prealfabética y tribal. Pero he aquí que la aparición de la electricidad inició una nueva revolución tecnológica, en la que Marconi canceló con su invento de la radio la hegemonía de la era gutenberiana y abrió un proceso de recuperación de la vieja comunicación auditiva.

Con su impresionante caudal de citas —**La Galaxia Gutenberg** es prácticamente un collage de citas ajenas inteligentemente articulado por McLuhan—, este libro básico y provocador hizo nacer lo que en adelante se denominará de modo irre-

versible el **mcluhanismo**. Dijimos antes que McLuhan no penetró con su libro en una zona teórica virgen y que algunas de sus observaciones cruciales proceden de otros autores precursores. Pero no se ha señalado, en cambio, que el teórico marxista húngaro Béla Balázs se ocupó de algunas de las obsesiones mcluhanianas en fecha tan temprana como 1924, en su libro crucial **Der schitbare Mensch, oder die Kultur des Films (El hombre visible, o la cultura cinematográfica)**. En este libro acusaba también Balázs a la imprenta, con un acento diferente al de McLuhan, por haber convertido al rostro

humano en **invisible**. Según Balázs, «el espíritu **visible** (de la era pregutenberiana) se convirtió en el espíritu **legible** y de la cultura visual se pasó a la cultura conceptual». Pero, concordando esta vez con McLuhan, Balázs admite que la revolución de los nuevos medios, y del cine muy en particular, ha devuelto al hombre su condición cultural de **ser visible**. Obviamente McLuhan no conocía, pues no lo cita, a este importante teórico precursor que vino a anticipar parcialmente y a complementar las futuras tesis mcluhanianas.

Al clamoroso éxito de **La Galaxia Gutenberg** siguió, dos años después, su segundo (y último) libro fundamental, que completó y perfeccionó las aportaciones de su volumen anterior: **Understanding Media. The Extensions of Man** (traducción mexicana: **La comprensión de los medios como las extensiones del hombre**, 1969). La tesis central de este libro era la afirmación de que todos los inventos humanos, desde la rueda a la electricidad, no son más que prolongaciones técnicas del sistema nervioso, de las facultades o del equipamiento corporal humano, tesis que había sido avanzada ya por el antropólogo Edward T. Hall en **The Silent Language** (1959). Así, la rueda no es más que un perfeccionamiento de la función del pie, que ha permitido el desarrollo de sistemas de transporte (carros, ferrocarril, automóvil, autopistas, etc.); el martillo no es más que una prolongación del puño y de su capacidad de impacto han derivado los proyectiles de las armas de fuego; el cuchillo, el hacha,



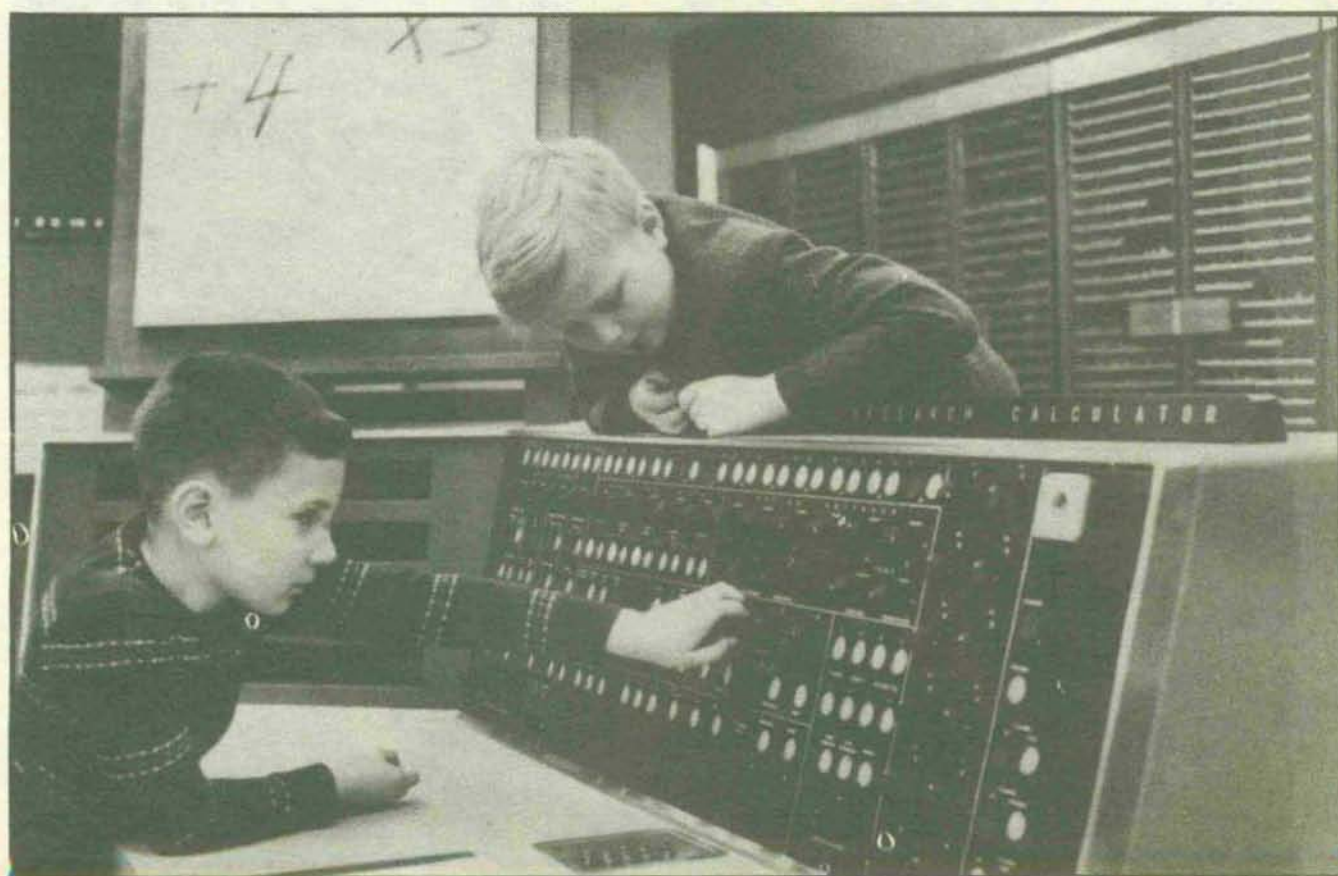
El interés de McLuhan «por la riqueza lingüística y expresiva de Joyce, personaje frecuentemente evocado en sus ensayos, le llevó a indagar en las raíces del simbolismo literario...». (En la fotografía, el escritor irlandés James Joyce).



la sierra y otros instrumentos cortantes son prolongaciones de los dientes y de las uñas; la extensión del oído es el telégrafo, la grabación de sonido (gramofónica y magnetofónica) y la radio; la ropa y la vivienda son extensiones de la piel, del mismo modo que las máquinas calculadoras y computadoras son extensiones del cerebro humano. Algunas de estas extensiones han desempeñado un papel crucial en la historia de la comunicación interpersonal y social y han acarreado consecuencias colectivas tremendas. Tal ha ocurrido con la escritura fonética, que McLuhan retoma de su libro anterior para completar sus puntos de vista: «El alfabeto —escribe esta vez McLuhan— significa poder y autoridad, amén de un control indirecto sobre la máquina militar. En combinación con el papiro, el al-

fabeto significó el fin de la hegemonía de los templos y del monopolio cultural de los sacerdotes. En contraposición a la escritura prealfabética, con sus innumerables signos de difícil asimilación, el alfabeto podía ser comprendido en unas pocas horas. El dominio de un conocimiento de tanto alcance y de un arte tan complicado como debió ser la escritura prealfabética sobre objetos tan duros como el ladrillo y la piedra, aseguraba a la casta de escribientes un monopolio del poder sacerdotal. El alfabeto, más fácil de aprender, y el papiro, liviano, barato y transportable, hicieron que el poder pasara de la clase sacerdotal a la clase guerrera». El invento del alfabeto señala el primer hito de las tres grandes eras comunicacionales en que se divide la historia de la humanidad: la Era Prealfabética, la Era

Tipográfica y la Era Electrónica. En la primera, el hombre tribal vivía en armonía sensorial con la naturaleza, sin privilegiar a ninguno de sus sentidos. El invento del alfabeto fonético destribalizó al hombre y creó al espécimen llamado «civilizado», al hombre visual y lineal-secuencial, que con el invento de la imprenta impuso cuatro siglos de hegemonía visual. Finalmente, en la Era Electrónica, colocada bajo la hegemonía audiovisual de la televisión, se produce una optimista y eufórica (para McLuhan) simbiosis de las ventajas de las otras dos Eras, en un proceso de retribalización electrónica y de nuevo equilibrio sensorial. Esta es la esencia de la cosmovisión mcluhaniana, que irá perfeccionando y completando sucesivamente con su metáfora de la **aldea global**, utopía electrónica de una



«Toda nueva tecnología necesita de una nueva guerra». (Aforismo de McLuhan, escrito en su «juguete verboicónico» titulado «Guerra y Paz en la Aldea Global»).



humanidad feliz retribulizada y aldeanizada por la abolición de las barreras del espacio y del tiempo (instantaneidad y simultaneidad) que consiguen los medios electrónicos. Naturalmente, esta visión geográfica ignora en todo momento los sistemas transnacionales de dominación comunicativa, los oligopolios de la Industria Cultural multinacional que, con el acopio de datos aportados por comunicólogos críticos como Mattelart o Schiller, despedazan implacablemente el optimismo de la **aldea global** mcluhaniana.

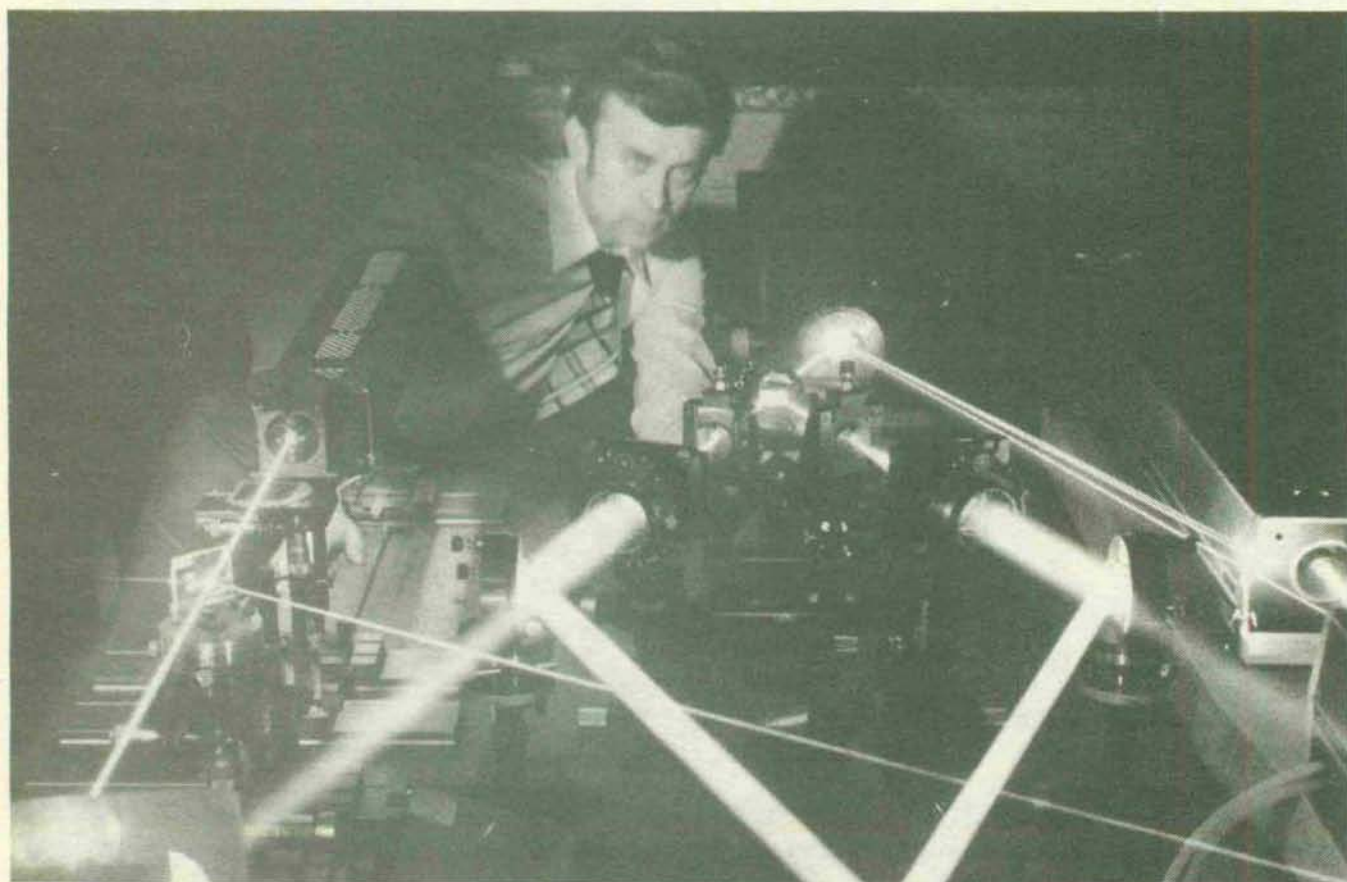
En *Understanding Media* acuñó también McLuhan el celeberrimo aforismo **el medio es el mensaje**. Este controvertido aserto, que fue el título del primer capítulo de su libro, no carecía de ve-



«Leed a McLuhan; pero intentad luego contarlo a vuestros amigos —dice Umberto Eco—. Así os veréis obligados a seguir un orden y despertaréis de la alucinación». (En la foto, Umberto Eco).

racidad ni de oportunidad, sobre todo ubicado en la fecha de su enunciación. En un momento en que los estudios sobre comunicación social aparecían dominados por la obsesión norteamericana del

**content analysis** (análisis de contenido), McLuhan recordó pertinentemente la importancia de la relación técnica y psicológica entre el mensaje y su destinatario, su modo de recepción y consumo, cuyas consecuencias psicosociales son enormes. Todo el mundo sabía que no era lo mismo leer un libro en la intimidad que contemplar un programa de cine en una sala llena, pero nadie había formulado de forma tan categórica (y tan provocadora) esta diferencia esencial que hace que cada medio genere efectos específicos en sus destinatarios. Por eso, con una enfática y extremista subvaloración del **contenido**, o de lo que tradicionalmente se consideraba como **contenido** de un mensaje, McLuhan reivindica la prioridad de la **modalidad** comunicativa. Las lecciones

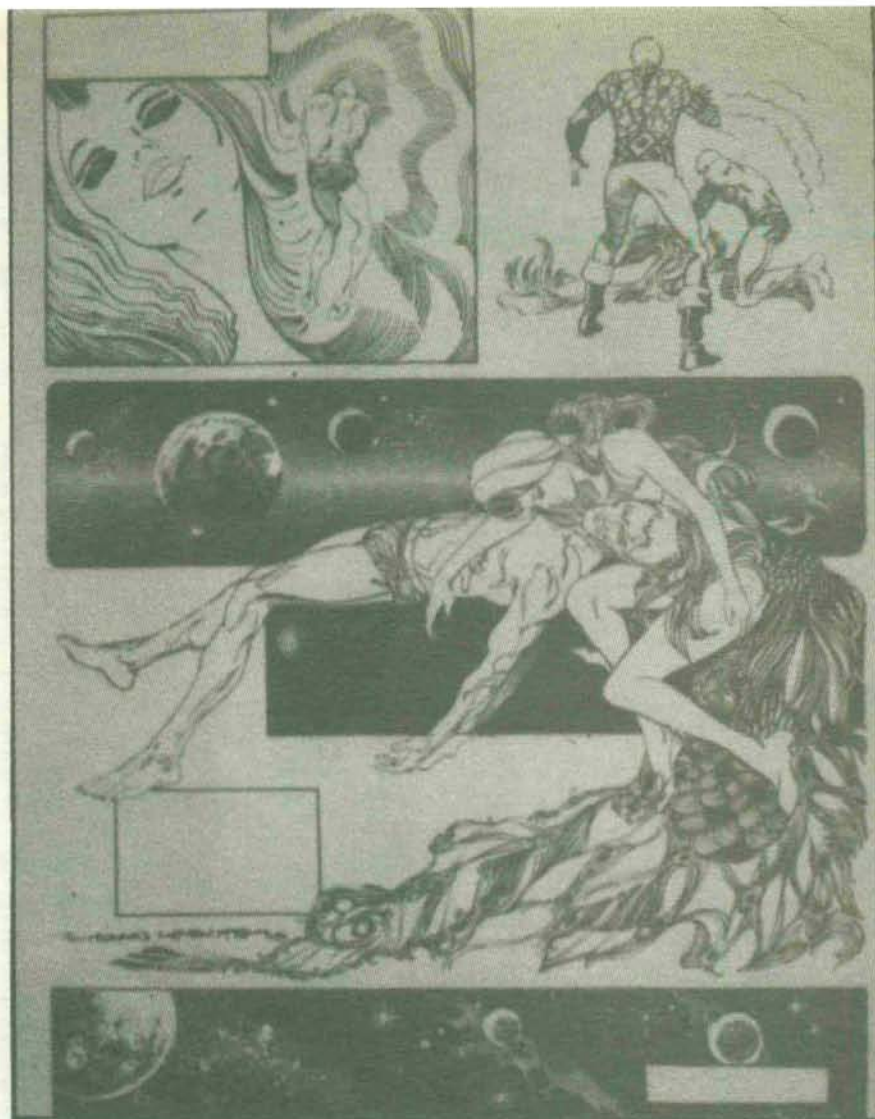


«Un medio caliente es —para McLuhan— aquel que extiende un único sentido en "alta definición". Alta definición es el estado de plenitud de datos». (El objetivo de este aparente juego de rayos luminosos, que aparece en la fotografía, es la transmisión de comunicaciones con luz láser por fibras de vidrio finas como cabellos. El experimento viene desarrollándose en los laboratorios Siemens de Munich).



que pueden extraerse de este aserto no han sido enteramente aprendidas por los profesionales de la comunicación de masas, que articulan muchas veces sus mensajes olvidándose de la especificidad peculiar de cada medio. Por lo que atañe a su alcance conceptual, las cinco palabras de este terrorista aforismo mcluhaniano derribaban de un irreverente plumazo la tradición teórica de los estudios de comunicología, desde el famoso paradigma de Harold D. Lasswell (**quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efectos**) hasta el clásico circuito comunicacional diseñado por los ingenieros Claude E. Shannon y Warren Weaver (fuente - transmisor - señal - receptor - destinatario). Cuando McLuhan afirma que **el medio es el mensaje** o que «el sentido —el contenido— de cualquier medio de comunicación es el receptor», derriba de golpe cuatro décadas de teorización sobre la comunicación social. Pero el provocador y asistemático McLuhan no siempre será consecuente con su famoso aforismo. Así, por ejemplo, cuando años más tarde afirme que la guerra de Vietnam tuvo que terminarse porque los norteamericanos no pudieron soportar ver en sus propios hogares, gracias a la televisión, la muerte de sus hijos o hermanos, se está refiriendo al **contenido** del mensaje (la muerte de jóvenes norteamericanos) tanto como a la modalidad de la comunicación (la televisión doméstica).

La consecuencia del aforismo **el medio es el mensaje** es su posterior reformulación ingeniosa en **el medio es el masaje**. Este es el tema de un sofisticado **non-book**

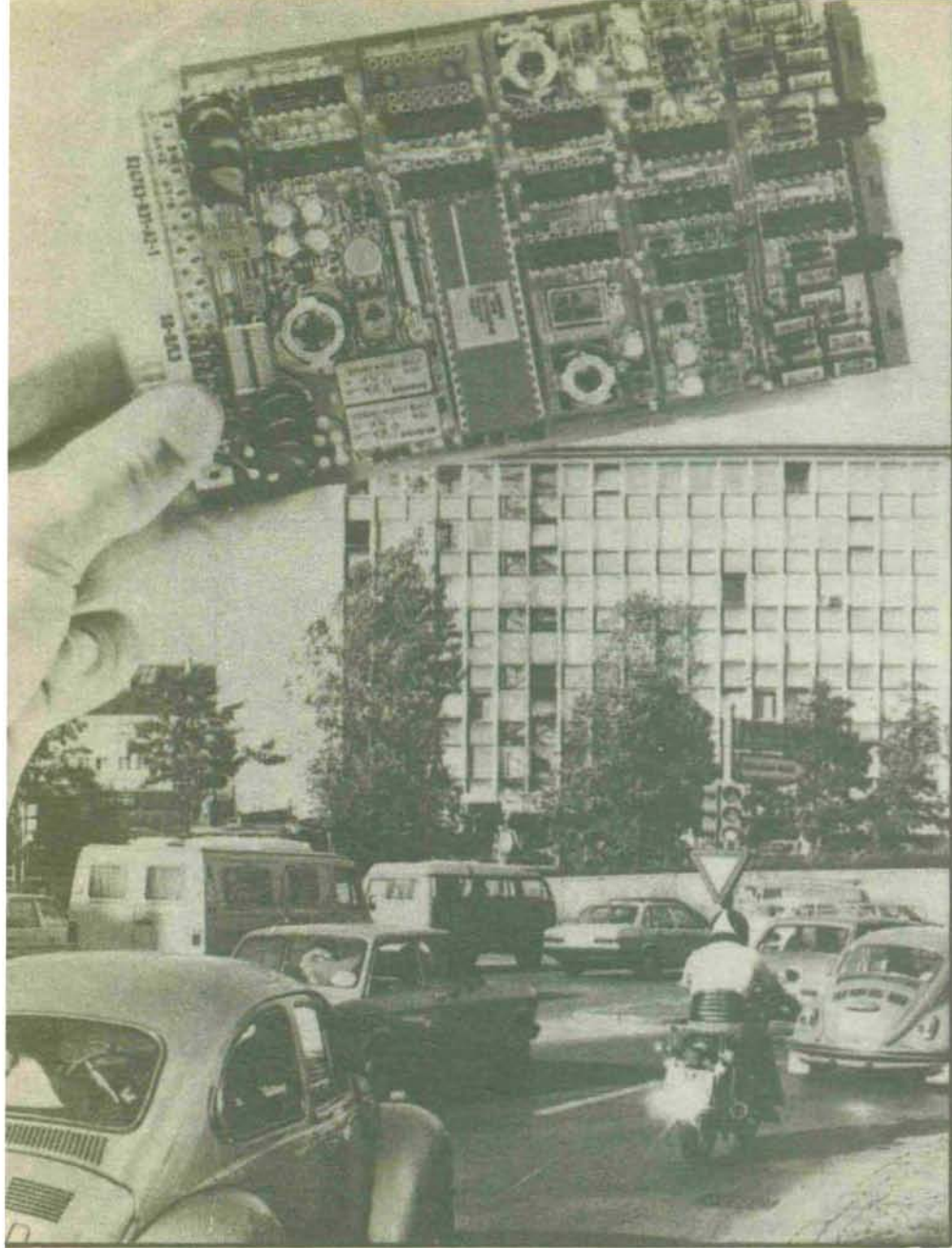


«La temperatura de cada medio, para McLuhan, depende de la densidad y riqueza (definición) de la información transmitida y, en consecuencia, del grado de participación de su destinatario... Una caricatura es "baja definición", simplemente porque proporciona poca información visual. Una fotografía es, visualmente, "alta definición"».

(así lo llamó McLuhan) titulado **The Medium is the Massage. An Inventory of Effects** (1967), juguete verboicónico manufacturado con la colaboración de Quentin Fiore. Aquí se desarrolla de forma muy gráfica una especie de vademecum de la cosmovisión comunicacional mcluhaniana, iniciándose así su producción de libritos secundarios o francamente divulgadores en relación con su fundamental aportación anterior, que constituye el **corpus magnum** de su carrera. La tesis masajista propuesta esta vez por McLuhan es la siguiente: «Todos los medios nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales, po-

líticas, económicas, estéticas, psicológicas, morales, éticas y sociales, que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar. El medio es el masaje. Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan como ambientes». Justamente, de este conocimiento penetrante que de la acción de los medios tenía McLuhan derivó su famosa tipología, que los divide en medios fríos y calientes en su segundo capítulo de **Understanding Media**. La temperatura de cada medio, para McLuhan, depende de la densidad y riqueza (**definición**) de la información transmitida y, en





«Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan como ambientes». (En la fotografía, un microprocesador capaz de controlar las instalaciones de semáforos en todas las situaciones de tráfico imaginables).

consecuencia, del grado de participación de su destinatario. Dejemos la palabra a McLuhan: «Hay un principio básico que distingue un medio caliente como la radio de uno frío como el teléfono, o un medio caliente como el cine de uno frío como la televisión. Un medio caliente es uno que extiende un único sentido en 'alta definición'. Alta definición es el estado de plenitud de datos. Una fotografía es, visualmente, 'alta definición'. Una caricatura es 'baja definición', simplemente porque proporciona

poca información visual. El teléfono es un medio frío, o de baja definición, porque el oído recibe una escasa cantidad de información. Y la palabra es un medio frío, o de baja definición, porque el oído recibe una escasa cantidad de información. Y la palabra es un medio frío de baja definición, porque ofrece tan poco y tanto ha de ser completamente por quien escucha. Por otra parte, los medios calientes no dejan mucho para ser llenado o completado por el público. Los medios calientes son, por lo tanto, ba-

jos en participación, y los medios fríos altos en participación o complemento por parte del público. Naturalmente, en consecuencia, un medio caliente como la radio tiene efectos muy diferentes sobre el usuario que un medio frío como el teléfono».

Este énfasis en la valoración y en las implicaciones psicológicas de las características técnicas de cada medio, unido al aparente apoliticismo del discurso teórico de McLuhan, allanó el camino a toda clase de críticas ideológicas, especialmente de los comunicólogos europeos, herederos en diferente medida de una tradición teórica marxista reelaborada por la Escuela de Frankfurt. En España, el título de un libro duramente crítico de J. M. Bermudo, **El macluhanismo, ideología de la tecnocracia** (1974), constituyó una etiqueta muy generalizada en las valoraciones del pensador canadiense. Era flagrante, por otra parte, el silencio de McLuhan sobre la dominación económico-política de los grandes medios de comunicación de masas, es decir, sobre el imperialismo y el colonialismo comunicativos en el mundo moderno. Así como su silencio acerca del consumismo y de la alienación social inducidos por la publicidad comercial vehiculada por los medios de comunicación. Su antimarxismo militante le llevaba también a ignorar prácticamente todo de los movimientos revolucionarios contemporáneos. Por ejemplo, en una entrevista que tuve con él en 1975, le pregunté cómo valoraba la influencia decisiva de un arcaico mensaje gutenberiano (el libro **Portugal y**



su futuro, del general Spínola) en la génesis de la revolución portuguesa de 1974. Dando muestras de desconocer absolutamente la naturaleza del Portugal salazarista-caetanista, McLuhan aventuró la explicación de que acaso la revolución portuguesa fue más bien consecuencia de las imágenes televisivas de las crueles guerras coloniales. Obviamente, McLuhan no sabía que en el Portugal fascista —a diferencia de los USA en la guerra de Vietnam— las «imágenes crueles» de las guerras coloniales estaban rigurosamente suprimidas de las telepantallas estatales. Las aristas reaccionarias de McLuhan eran, desde luego, numerosas y muchas de ellas emergieron chirriantemente en otro de sus **non-books**, el juguete verboicónico titulado **War and Peace in the Global Village** (1971). De este libro procede el escalofriante aforismo «Toda nueva tecnología necesita de una nueva guerra», tras el que yace agazapada e inconfesa la necesidad de expansión económica y de beneficios, al precio que sea, de toda industria naciente en el mundo capitalista.

El carácter curiosamente reaccionario de este apóstol del progreso y del futuro electrónico se entremezclaba con su catolicismo tardío y medievalizante. Algunos biógrafos suyos señalan que fue la influencia del escritor católico G. K. Chesterton, a través de su libro **What is Wrong with the World** (Qué funciona mal en el mundo), la que determinó su conversión religiosa. En cambio, en nuestro encuentro en 1975, cuando le *inquiri* sobre este asunto, me dio una explicación comple-

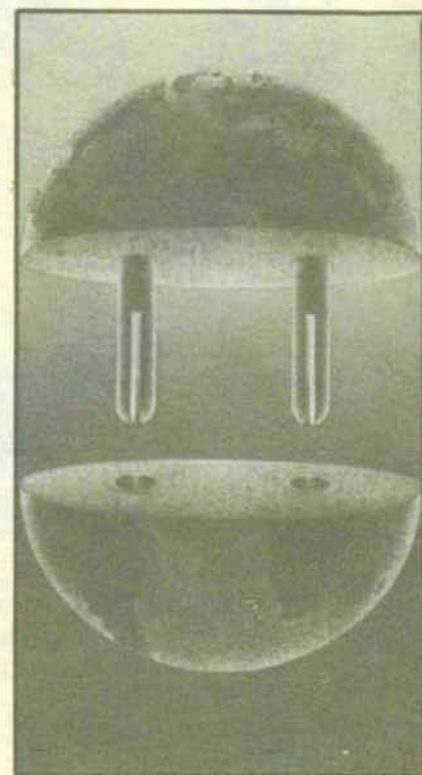
tamente diversa. Se había puesto a estudiar, explicó, los textos filosóficos de santo Tomás de Aquino para descubrir cuál era su teoría sobre la comunicación humana. Cuando acabó su prolongada lectura había descubierto que santo Tomás jamás se ocupó de tal materia, pero en cambio McLuhan se había convertido al catolicismo, y no tardaría en ser nombrado asesor del Vaticano en asuntos de comunicación social.

Tal vez la crítica más característica y divulgada hecha a McLuhan desde la **intelligentzia** europea de izquierdas procede de Umberto Eco, en su texto gráficamente titulado **El «cogito interruptus»**, incluido en su libro **Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas**. En él, otro estudioso de santo Tomás (la tesis doctoral de Eco versó sobre las ideas estéticas del santo) critica severamente su metodología y forma de argumentación, pero concediéndole alguna atenuante: «¿Es científicamente productivo leer a McLuhan? —escribe Eco—. Cuestión embarazosa, porque no se puede leer a la luz del buen sentido académico a alguien que escribe cánticos a la hermana electricidad. ¿Habrà algo fecundo bajo este persistente delirio intelectual? (...) aunque se las despache en forma desordenada, las buenas junto con las malas, las ideas siempre llaman a otras ideas, al menos para ser refutadas. Leed a McLuhan; pero intentad luego contarle a vuestros amigos. Así os veréis obligados a seguir un orden y despertaréis de la alucinación».

La racionalidad cartesiana y marxiana europea aceptó mal la provocación teórica

mcLuhana, lanzada con métodos ajenos a los propios de la ortodoxia académica. Es cierto que en su abigarrado y zigzagueante mosaico especulativo las ideas buenas se codean con las malas, como señaló Eco, poniendo a la vez énfasis en los reveladores **silencios** de McLuhan. Pero no es menos cierto que entre sofismas, provocaciones y paradojas, el profeta y hoy estrella fenecida de los **media electrónicos** ha proporcionado a la cultura occidental una ristra de estímulos fecundos para ayudarnos a entender cómo han operado u operan en el tejido social las diferentes tecnologías comunicativas creadas por el hombre. Estudiemos, pues, a McLuhan, pero estudiémoslo a la luz de una racionalidad crítica y desde una sensibilidad política que él no poseyó. ■

R. G.



La aldea global, «utopía electrónica de una humanidad feliz retribalizada y aldeanizada por la abolición de las barreras del espacio y del tiempo (instantaneidad y simultaneidad) que consiguen los medios electrónicos». (POLO + POLO. Acuarela de Michel Granger, 1976).