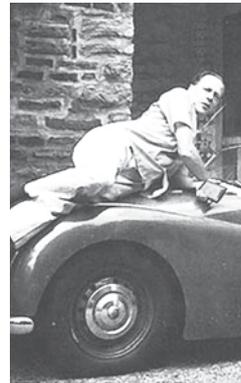


El autor del este artículo, al volante de un deportivo junto a su progenitor.



El trabajo pendiente de mi padre

McLuhan, antes y ahora

ERIC McLUHAN

El 21 de julio de 2011 marcó el centenario del nacimiento de Marshall McLuhan en Edmonton (Alberta, Canadá). La conmemoración de los 100 años se prolonga hasta el 21 de julio de 2012. Durante este tiempo se han celebrado charlas y conferencias en las que se ha debatido y evaluado su trabajo. Y más de treinta años después de su muerte sigue teniendo la capacidad de molestar a los intelectuales más convencionales y desafiar las explicaciones más extendidas sobre cómo afectan las nuevas tecnologías y sus medios a los usuarios y sus culturas. Un centenario, entre otras cosas, también se convierte en una ocasión oportuna para hacer balance de sus contribuciones para nuestra comprensión de los medios de comunicación y la sociedad. Después de todo, McLuhan estableció los campos de estudio de la ecología de medios y de los medios de comunicación prácticamente por sí mismo.

Palabras clave: McLuhan, ecología de los medios, causa formal, percepción, tétrada.

July 21st 2011 was the hundredth anniversary of Marshall McLuhan's birth in Edmonton (Alberta, Canada). The anniversary celebrations will go on until July 21st 2012. During this time, there have been talks and lectures in which his work has been discussed and assessed. Over thirty years after his death he is still capable of upsetting the most conventional intellectuals and defying the most widespread explanations about how new technologies and their media affect users and their cultures. A hundredth anniversary is, amongst other things, a fitting opportunity to take stock of his contribution to our understanding of the media and society. After all, McLuhan established, practically by himself, the fields of study of media and media ecology.

Keywords: McLuhan, media ecology, formal cause, perception, tetrad.

ERIC McLUHAN, hijo de Marshall McLuhan, es doctor en Literatura Inglesa y analista de los medios. Trabajó en varios libros junto a su padre y, tras su muerte, ha desempeñado una importante labor de promoción de su obra y ha tratado de concluir los proyectos que aquel dejó pendientes en vida.



LAS PUBLICACIONES NO HAN CESADO después de su muerte, como se puede observar en la lista que concluye este texto. Además de las nuevas ediciones de algunos de sus libros más famosos, durante los últimos años se han visto numerosos nuevos títulos con su autoría. Tan solo en el año pasado (2011), Marshall McLuhan fue co— autor de dos nuevos libros pioneros en su ámbito: *Media and Formal Cause*¹ and *Theories of Communication*².

Durante muchos años se centró en el primero de ellos debido a que la forma usual de la causalidad (causa eficiente) fue utilizada exclusivamente como el modus operandi en la ciencia y las ciencias sociales; como actualmente lo sigue siendo. De cualquier forma, no es útil el uso de la causa eficiente para debatir la forma sobre cómo utilizar los ambientes. La forma de causalidad que se ocupa del cambio ambiental se denomina causa formal, lo cual ha sido motivo de confusión para los filósofos desde la Edad Media. Fue de gran prioridad resolver este asunto, pero fue una de las muchas cosas que quedaron sin resolver antes de su muerte. El segundo, *Theories of Communication*, fue uno de sus proyectos favoritos, del cual comenzamos a recolectar anotaciones y ejemplos en los años 70, pero nuevamente no conseguimos terminarlo. Se muestran algunas relaciones sorprendentes con la cuestión de la causa formal.

Estas recuerdan cómo todavía existen otros proyectos sin acabar, y hay un buen número de ellos. Permítanme mencionar algunos:

A Baedeker of the Twentieth Century. Estoy convencido de que el Archivo Nacional tiene bastante material sobre el tema, ya que durante la década de los 70 recopilamos una gran cantidad. La idea del proyecto era examinar las innovaciones y los descubrimientos realizados en aquella década, más o menos en la vuelta del siglo, y buscar patrones de relación entre ellos y los posteriores cambios en el hombre y la sociedad. El proyecto no llegó muy lejos, aunque siempre se mantuvo ‘en un segundo plano’. Ahora está abierto el camino para que alguien haga lo mismo para el nuevo milenio: *A Baedeker of the 21st Century*.

Algunos años atrás, descubrimos que James Joyce había hecho dos pruebas con una nueva técnica que utilizó en la novela *Ulises*. T.S. Eliot consideró *Ulises* como una obra de importancia monumental para los poetas y artistas de su tiempo, y para todas que las generaciones que estaban por venir. Fue la ‘mítica’ técnica de mantener continuos paralelismos entre dos situaciones. En el caso de *Ulises*, entre la homérica Troya y la Dublín moderna. Lo que los estudiosos de Joyce no saben es que hubo dos intentos anteriores. Uno es el libro de cuentos *Dubliners*; y el otro, la obra de teatro *Exiles*. El segundo emplea paralelismos entre la época moderna y la obra de Eurípides *Medea*. El primero utiliza los paralelismos entre cada una de las historias que tienen lugar en Dublín y la *Metamorfosis*, de Ovidio: quince libros en la obra de Ovidio y quince relatos cortos, uno por uno. Habiendo terminado estos estudios se hubieran revolucionado los estudios de Joyce. Todavía se puede.

Otro proyecto de McLuhan consistió en llevar su estudio del trivium al siglo XX. El proyecto comienza con su tesis doctoral, *The Place of Thomas Nashe in the Learning of his Time*, que describe la historia del trivium (retórica, gramática y dialéctica) desde Cicerón a la época

[1] *Media and Formal Cause*, por Marshall y Eric McLuhan, NeoPoiesis Press. <http://neopoiesispress.com/12401/58023.html#top>.

[2] *Theories of Communication* (New York: Peter Lang): http://www.peterlang.com/download/datasheet/58376/datasheet_311212.pdf



isabelina (el tiempo de Nashe). Este trabajo proporciona la primera descripción completa de la tradición intelectual de Occidente. Otros estudios se centran en uno o dos elementos del trivium, pero McLuhan fue y es el primero en tener en cuenta el trivium completo. En este caso, el plan era continuar la historia desde el siglo XVI hasta el siglo XX, añadiendo un segundo volumen. La intención era publicar la tesis en un volumen separado para iniciar el proceso. McGraw – Hill estaba de acuerdo con ello, pero tras el fuerte fracaso con la publicación *Culture is Our Business*, el libro fue retirado. (Se publicó *Culture is Our Business* sin haberse corregido: hay una media de uno a tres errores por página en la tipografía, y en algunos casos sustituyeron sus propios anuncios por los nuestros, por lo que los comentarios en las páginas contrarias no tiene sentido). Eventualmente nos acogimos al plan del conjunto de dos volúmenes para la Universidad de Toronto, que de por sí ofreció un contrato: el conjunto se iba a llamar *From Cicero to Joyce*. Cuando nos dieron el contrato estábamos tremendamente ocupados con otras obligaciones y se quedó sobre la mesa por un tiempo, decidimos posponerlo hasta que nos ocupáramos de algunas de las otras cuestiones. Mi padre murió antes de que esa eventualidad tuviera lugar. Hace unos años, Gingko Press publicó la tesis bajo el título *The Classical Trivium*. Se trata de uno de los libros más importantes que han aparecido de este tipo, ya que el trabajo se centra en la fundación de todo, mi padre se dedicó a los media y a la literatura durante el resto de su carrera.

Por supuesto, parte de algunos asuntos quedaron pendientes de terminar. Gran parte de ello aún no ha visto la luz del día. Un par de ilustrativos ejemplos:

La breve *Nota sobre obsolescencia* (Imagen 1) da una idea. La obsolescencia está lejos de ser simple. La mayoría de la gente asume que significa *desaparición*, algo así como el periódico de ayer, que se declara obsoleto por su fecha límite y por la aparición del periódico de hoy. Sin embargo, la obsolescencia es en realidad la matriz de toda innovación, y como tal es esencial para el funcionamiento de las artes y las ciencias por igual. Una de las primeras señales de obsolescencia no es la desaparición del elemento, sino su repentina proliferación. Son necesarios un buen número de estudios sobre el proceso de obsolescencia para aclarar su funcionamiento en la ecología de los medios y la cultura. Nuestro tiempo está inundado de grandes innovaciones, al parecer, a base de una tecnología nueva e importante o un conjunto de tecnologías competentes que surgen cada dos años, con una correspondiente tasa de obsolescencia. La gran rapidez de estos cambios requiere nuevas estrategias para observarlas y tratarlas. La siguiente nota se adjuntó a un ensayo escrito a mediados de 1970.

Ha habido mucha especulación y debate en torno a cuándo y dónde mi padre usó por primera vez la ahora famosa observación “el medio es el mensaje” (título del primer capítulo en *Understanding Media* y utilizado como el título de *The Medium is the Massage*). Encontré la respuesta en su biblioteca. Él escribió esta nota, que documenta cuando la utilizó por primera vez, en un libro de James McCrimmon, *From the Source to the Statement*, la cual volvió a ser utilizada en ese primer

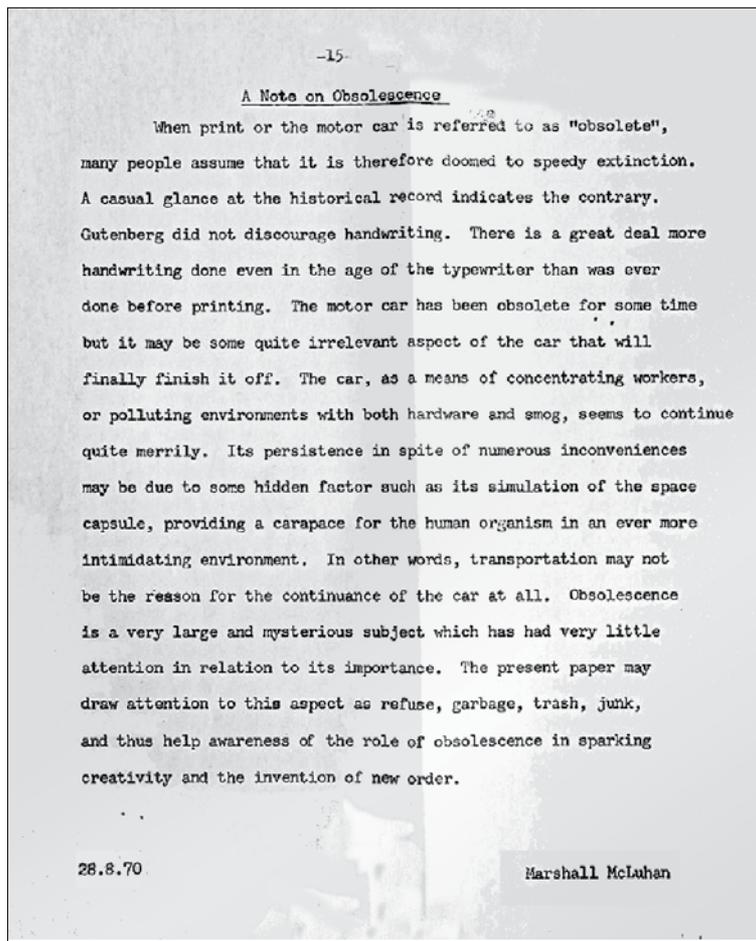


Imagen 1: "Nota sobre la obsolescencia", de Marshall McLuhan.

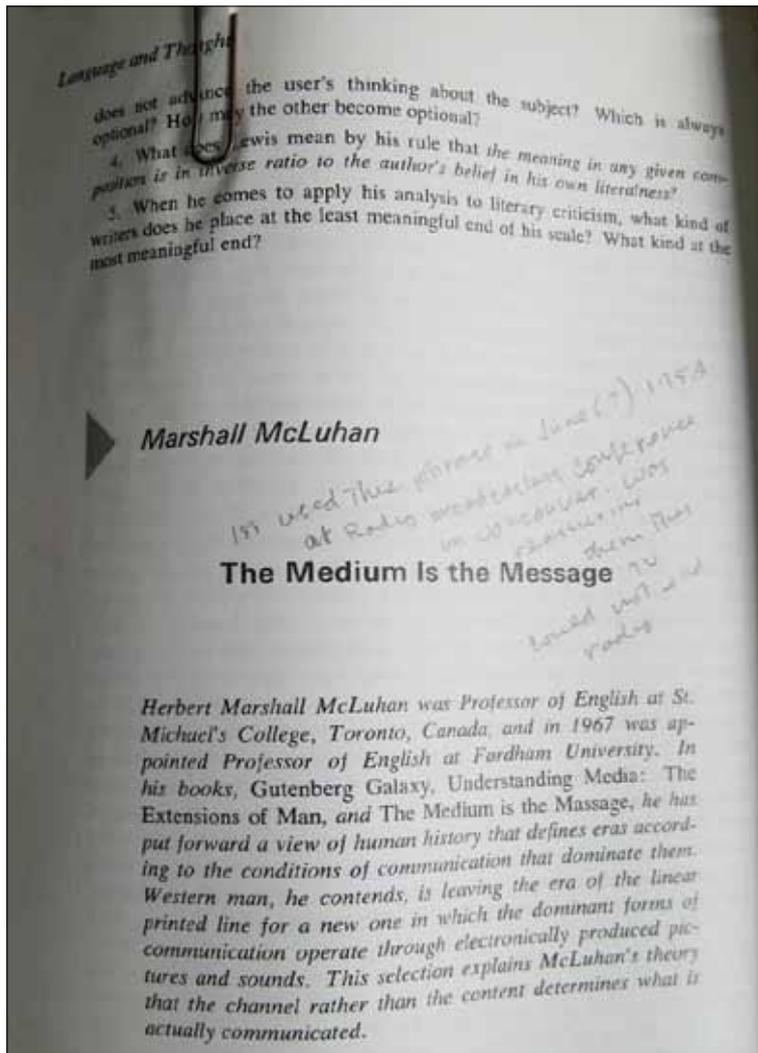
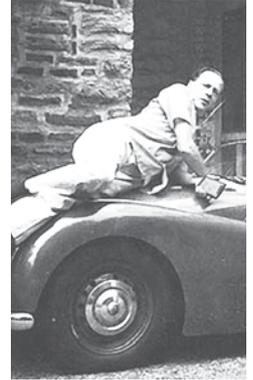


Imagen 2: Página referida por Eric McLuhan, escaneada.

capítulo de *Understanding Media*. Dice así: “Utilizó esta frase por primera vez en junio (?) 1958 en la conferencia de Radio broadcasters en Vancouver. Reasegurando que la televisión no podía terminar con la radio”. Casi medio siglo después de que se utilizara por primera vez la frase, sigue siendo notable e universalmente incomprendida, a pesar de los repetidos esfuerzos del autor por explicar su significado. Gran parte del problema se debe al hecho de que los lectores no se toman la molestia de pensar, o que han perdido la capacidad de leer. La palabra ‘medio’ tiene dos significados. Por norma general los lectores suponen que McLuhan propone el significado que ellos están acostumbrados a usar cuando hablan de ‘los medios’, pero el libro fue escrito antes de que el significado se hubiera convertido en algo general. ‘Medio’, como se usa en *Understanding Media: The Extensions of Man*, significa milieu o entorno. En la primera página del capítulo uno de *Understanding Media*:



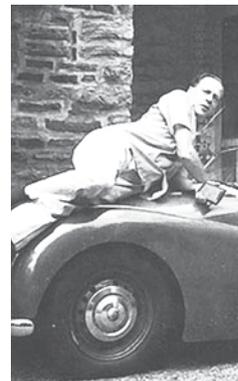
Para el 'mensaje' de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala, ritmo o patrones lo que lo introduce en los asuntos humanos. El ferrocarril no introdujo el movimiento, el transporte, la rueda o el camino en la sociedad, sino que aceleró y amplió la escala de previas funciones humanas, creando tipos completamente nuevos de ciudades, de trabajo y ocio. Esto ocurrió tanto si el ferrocarril funcionaba en un entorno tropical o septentrional, y es totalmente independiente de la carga o el contenido del medio ferroviario. El avión, por el contrario, mediante la aceleración de la tasa de transporte, tiende a disolver la forma ferroviaria de la ciudad, de la política y de las asociaciones, independientemente de para que se utiliza el avión.

... "el medio es el mensaje", porque es el medio lo que da forma y controla la magnitud y la forma de la asociación y acción humana.

Es complicado imaginarse una afirmación más clara del significado de esa frase. En otra parte del libro reitera que "el medio es un entorno de servicios y perjuicios" y que la nueva forma lo introduce en el juego de tal manera porque es el ambiente y sigue siendo, en gran medida, invisible y, por lo tanto, omnipotente. Una de las mayores aportaciones de McLuhan al estudio de los medios es el reconocimiento de la invisibilidad y las técnicas que desarrolló para el estudio de los ambientes de ese tipo. La afirmación también señala la necesidad urgente de un enfoque ecológico para el estudio de nuevos medios y tecnologías antes de que se liberen en una cultura o sociedad, tanto como ahora lo hacemos con las nuevas drogas químicas. Cada estudio ecológico siempre pretende el control eventual de los asuntos que se están estudiando. Aplaudimos el control sobre las drogas y el estudio de sus efectos directos y consecuencias secundarias. Detestamos la idea del control de los medios, no menos adictiva que el tabaco o la heroína, de alguna manera como antipatriotas o como reivindicación en la raíz del capitalismo y del libre mercado. Las drogas son visibles, los medios y sus entornos son otra cosa.

Gran parte de la resistencia a su trabajo supongo que se debió a la reacción de los formados como mentes racionales cuando se trata de causas que son invisibles y, por lo tanto, irracionales. Hace tan solo un año se les aconsejó a los estudiantes de algunas universidades no prestar atención a McLuhan o enfrentarse a las consecuencias de que sus trabajos fuesen rechazados o ignorados. Como alternativa, prefirieron mantener su interés en silencio. No enseñar las ideas de McLuhan o verse al margen de la carrera académica. No exagero. Estas advertencias y condiciones son ahora mucho menos frecuentes de lo que eran hace treinta años: antes se escuchaba en casi todas partes. En realidad, son buen testimonio de la potencia de los pensamientos y observaciones de McLuhan. Hoy en día se reconoce ampliamente la aceptación de la importancia de su trabajo para el campo de los medios, aunque su comprensión aún no ha alcanzado el mismo nivel de popularidad.

Puede ser útil enumerar algunas de las principales contribuciones de McLuhan al estudio de los medios de comunicación (por no hablar



de sus contribuciones al estudio de la literatura). Una de las contribuciones es el descubrimiento de que los medios son entornos que requieren herramientas y técnicas especiales para hacer posible su estudio. Una herramienta principal es la causa formal, que finalmente se ha establecido sobre una base firme. Los entornos son causas. Pero junto con la causa formal está la cuestión del rol de las artes en la prestación de contra-ambientes. Junto a esto se encuentra la observación de que los medios no son aditivos: no se puede simplemente añadir un nuevo medio a una situación existente. Cualquier nuevo medio (ambiente), independientemente del uso que se le dé, toma por contenido toda la situación preexistente. Los medios son, por tanto, transformativos. La teoría de comunicación de McLuhan es la transformación, no el transporte de cosas o ideas de persona en persona o de un lugar a otro.

La idea de aldea global pronto se convirtió en un cliché popular, que aún hoy en día permanece. Pero el desarrollo posterior, que ofrece el entorno de satélites, era que la aldea global se había convertido en un teatro global en el que no hay audiencia, pero en el que todo el mundo es actor. La idea de Warhol de que todos consiguieran tener los quince minutos de fama se desvanece en comparación con la realidad, en la cual los 'medios sociales' de moda están menos presentes.

Un elemento principal en el enfoque del estudio de los medios y de la literatura de McLuhan era el papel de la percepción, tanto en la fase de impacto como en la incluso más importante fase de cierre y participación de la audiencia. Por ejemplo, el seguidor de una película no es, ni nunca podrá ser, objetivo de la película que está viendo, por la sencilla razón de que está totalmente implicado en completar las imágenes de la pantalla. Independientemente del contenido de la película, el espectador está obligado a aportar todo el movimiento. Ningún espectador ha sido capaz de mantenerse imparcial y simplemente observar los acontecimientos en la pantalla sin necesidad de facilitar el movimiento; algo que ocurre entre las partes, mientras la pantalla está oscura. No se puede hacer. Las películas, por lo tanto, no son ni un medio visual ni una cinética.

Ponga la misma película en la televisión y exigirá una forma totalmente diferente de acercamiento por parte del espectador. La imagen de la televisión no ofrece instantáneas (no hay obturador en la cámara de televisión), sino que escanea la imagen de forma continua y la comprime y enlaza a través un proceso continuo en el que la imagen se completa con puntos de información. Asimismo, el espectador suministra los colores. El conjunto (ordenador o la televisión) sólo da los elementos clásicos de color rojo-verde-azul; y a partir de esta materia prima el espectador fabrica al instante el resto del espectro. Una vez más, el espectador no puede permanecer al margen y observar (y pedir objetividad): se le obliga a aportar los colores y a completar el mosaico de la imagen. El sentido de la vista juega un papel relativamente pequeño en estas manipulaciones. Vale la pena señalar que a medida que se intensifica la participación, la objetividad se evapora. Nuestra primera experiencia de objetividad e imparcialidad nos la proporcionó el alfabeto fonético y su intenso estrés en el sentido de la vista. No hace falta que se diga, que los medios que realmente hacen



hincapié en la participación no son los medios visuales, sino, de una u otra manera, los multisensoriales. La televisión y el cine paradójicamente no son medios visuales.

Una gran, aunque poco conocida, contribución a este campo de estudio se encuentra en la obra *From Cliche to Arquetipo*, escrita en respuesta a las observaciones de Northrop Frye y Carl Jung (y Platón) sobre el papel de los arquetipos en la vida y la sociedad. El tema aparece brevemente en la portada del libro: "New" Arquetipo is Ye Olde Cliche writ large. El proceso de transformación en el cual el cliché se convierte en arquetipo es el de la recuperación, tan misterioso a su manera como su complemento, el proceso de obsolescencia.

La última obra de McLuhan es el estudio *Laws of Media*, completado unos ocho años después de su muerte. Comenzó como una actualización de *Understanding Media* para McGraw-Hill, quien en 1974 quería publicar una nueva edición por el décimo aniversario. Pero rechazaron las revisiones y los nuevos capítulos, por lo que cobró vida propia. El primer capítulo del libro es un ensayo que hubiera formado parte del proyecto para que el estudio del trivium pasara a ser el conjunto de dos volúmenes *From Cicero to Joyce*. Se muestra cómo el trivium surgió de las transformaciones de la sensibilidad ocasionadas por la aparición del alfabeto fonético. En este sentido, los trabajos de Eric Havelock (*Preface to Plato*) y de Pedro Laín Entralgo (*Therapy of the Word in Classical Antiquity*) han sido cruciales. Otro capítulo trata sobre la diferencia entre la actual teoría de la comunicación en 'transporte' y la tan necesaria teoría de la transformación que propone *Laws of Media*. La búsqueda de leyes sobre los medios de comunicación llevó años y, como resultado, se demostró que sólo había cuatro que se podían aplicar a cada uno de los casos. Dicha declaración sigue siendo válida después de haberse buscado, durante los últimos treinta años, una quinta o una excepción para que se reduzca el número a tres. Son cuatro. Debido a que las cuatro exhiben una interrelación orgánica, el conjunto de cuatro que define a cada tema, cada artefacto humano, lo llamamos tétrada (un poco en contraposición a la tríada de Hegel). Hace dos años descubrí otra cuestión: la tétrada de cuatro leyes es también una analítica de la causa formal: las dos están indisolublemente relacionadas. Esta es una cuestión en la que la filosofía se puede emplear durante los próximos dos siglos.

La tétrada no es meramente descriptiva: permite el descubrimiento de una nueva tipología. La semana pasada estaba trabajando en una tétrada sobre el *cloud computing*. Comienza, por supuesto, con la ubicuidad de los ordenadores y quedando bastante claras también las fases de la obsolescencia y de recuperación. En la fase de amplificación el ordenador crea un nuevo entorno. Sin embargo, la fase de reversión en el *cloud computing* inesperadamente significa que el propio entorno se convierte en equipo.

Entre las principales contribuciones de Marshall McLuhan a la literatura mediática podemos destacar los siguientes títulos:

The Mechanical Bride: The Folklore of Industrial Man (1951)

Alfred Lord Tennyson: Selected Poetry (1954)

The Gutenberg Galaxy: The making of Typographic Man (1962)

Understanding Media: The Extensions of Man (1964) /
Voices of Literature, Vol. I (1964); Vol. II (1965), Vol. III (1970)
The Medium is the Massage (1967)
War and Peace in the Global Village (1968)
Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting (1968)
The Interior Landscape: The Literary criticism of Marshall McLuhan, 1943 – 1962 (1969)
Culture Is Our Business (1970)³
From Cliché to Archetype (1970)
Take Today: The Executive as Dropout (1972)
City as Classroom: Understanding Language and Media (1977)
Laws of Media: The New Science (1988)
The Classical Trivium: The Place of Thomas Nashe in the Learning of His Time (2006)

El trabajo de Marshall McLuhan, más que haberse terminado, no ha hecho más que empezar.



[3] *Culture Is Our Business* es el tercer volumen de la trilogía que comenzó con *The Mechanical Bride: The Folklore of Industrial Man*, seguida por *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, y completado con este volumen sobre *Folklore of Electric Man*. Esta trilogía no ha sido anunciada aún públicamente.