

Comprendiendo a McLuhan

M^a Montserrat Doval Avendaño

Versión extendida del artículo publicado en Aceprensa el 10 de marzo de 2014

Su libro, “Comprender los medios de comunicación”, cumple 50 años con plena actualidad

Este año se cumple el 50º aniversario de la publicación de *Understanding media* (“Comprender los medios de comunicación”, en su traducción al español) del pensador Marshall McLuhan, lingüista canadiense, amante de la literatura, profesor universitario.

Sus libros – también “Comprender los medios de comunicación”- son mosaicos irónicos plagados de aforismos en los que es difícil encontrar el hilo conductor; más poéticos que ensayísticos, suscitan más preguntas que respuestas. McLuhan era un provocador intelectual que buscaba hacer explícito lo implícito y, para conseguirlo, no dudaba en utilizar la exageración.

El libro, publicado en 1964, convirtió a McLuhan en una celebridad en la década de los 60: aparecía con regularidad en televisión, se le entrevistaba en revistas tan poco académicas como *Playboy* (*Playboy Magazine*, 1969) e incluso se interpretaba a sí mismo en la película de Woody Allen *Annie Hall*.

No fue un verso suelto en el mundo académico pero sí el más mediático de su tradición de pensamiento. Sus precedentes fueron el antropólogo Edward T. Hall, el lingüista Eric Havelock y el economista Harold Innis (Strate, 2004). Compartía pensamiento con su discípulo y

después colega Walter Ong y sus epígonos se reunieron bajo el paraguas de la denominación “ecología de los medios”, con Neil Postman como uno de los más conocidos representantes. Muchos autores como Eli Pariser, Nicholas Carr (Nieta, 2011) o James Gleick le mencionan cuando explican el papel que Internet desempeña en nuestra vida.

En los años 70 su fama decayó. Murió la Nochevieja de 1980 a los 69 años. Su pensamiento recobró actualidad con el nacimiento de Internet y la revista tecnológica *Wired* lo tomó como su inspirador: “San Marshall, el santo loco” (Wolf, 1996).

El medio es el mensaje

La importancia de McLuhan como intelectual y teórico de la comunicación procede del cambio de paradigma que introdujo: tras décadas de estudio sobre los mensajes de los medios, McLuhan fue de los primeros en analizar los medios como tales (Dahl, 1994), les dio su carácter central en el obrar humano: la tecnología tiene una mayor influencia que el mensaje o contenido más potente. Para ejemplificarlo, en su peculiar estilo, afirma que Hitler existió políticamente gracias a la radio y la megafonía, que produjeron una implosión tribal en Alemania (McLuhan, 1996, pág. 307).

Para McLuhan nos equivocamos al atender tan sólo al contenido de un mensaje y no prestar atención al medio. Para él lo decisivo es el medio: el “contenido” es el trozo apetitoso de carne que el ladrón utiliza para distraer al perro guardián de la mente. Los mensajes nos distraen de lo que los medios nos hacen a un nivel más profundo: “la radio y la televisión (los medios electrónicos que entonces existían) se convierten en costes fijos para toda la vida psíquica de la humanidad” (McLuhan, 1996, pág. 42).

Esta idea es particularmente potente en nuestros días y no es extraño que la influencia de McLuhan se revitalizara con el nacimiento de Internet. En nuestros días, no sólo hay medios de comunicación de masas, es que raramente nos comunicamos sin utilizar un medio.

Es importante comprender que McLuhan descartaba aplicar precipitadamente un juicio moral sobre la tecnología ya que le parecía que ello nos distraía sobre su comprensión; por eso, en su libro se vislumbra un futuro electrónico a ratos pavoroso a ratos idílico.

La postindustrialización

Otra idea de McLuhan que ha llegado hasta nuestros días es la “aldea global” electrónica. La aldea recuerda unos orígenes tribales y pequeños, muy dependiente de la cultura oral y las relaciones cara a cara. Se diferencia de la sociedad industrial, desarraigada, con trabajos especializados. Los medios electrónicos –defiende McLuhan– retribalizan la sociedad en una aldea electrónica global. Por ejemplo, sostiene que el entonces conocido como Mercado Común Europeo tenía grandes posibilidades de afianzarse en ese mundo globalizado.

Las sociedades industriales, en las que los trabajos son especializados, han nacido gracias a la imprenta. Con la extensión de los medios electrónicos, esa necesidad de especialización desaparece y el conocimiento es universal: “Shakespeare habla de un mundo en el que uno puede remodelar, programándolos por así decir, los materiales del mundo natural en varios niveles e intensidades de estilo. En la actualidad, estamos a punto de hacerlo a gran escala con la electrónica. (...) Ahora estamos en condiciones de ir más allá y de transferir todo el espectáculo a la memoria de un ordenador” (McLuhan, 1996, págs. 79-80). En el capítulo dedicado a la automatización, McLuhan profetiza lo

que podrían ser las impresoras 3D: el diseño es lo esencial, la máquina hace el resto.

Sin duda que la visión parece utópica, pero es innegable que, al menos en el mundo de los medios de comunicación, hay un proceso de desindustrialización por la facilidad que la tecnología ofrece para la recogida, edición y distribución de información. A veces cuesta recordar que el libro fue publicado en 1964 y no se podía aún adivinar la importancia de los ordenadores.

En su visión, la profesión de profesor podría ser la única necesaria para el futuro ya que lo esencial será el conocimiento de los procesos y su complejidad, no la habilidad especializada: “paradójicamente, la automatización hace necesaria la educación en humanidades (...) los individuos parecen predestinados al papel del artista en la sociedad” (McLuhan, 1996, pág. 361)

La sobreabundancia de información

McLuhan entendía los medios como extensiones de nuestros sentidos y nuestras facultades físicas: la ropa extiende nuestra piel, el teléfono nuestro oído, la televisión nuestros ojos y oídos. Por lo tanto, no sólo extienden los sentidos sino que rompen el equilibrio entre nuestros sentidos. Como uno no deja de utilizar sus cinco sentidos, la extensión de ellos hace que consumamos todos los medios que tenemos disponibles. Él hablaba de la radio y televisión siempre encendidos, hoy podemos mencionar la omnipresencia del móvil, la tableta, Internet.

La reacción ante esa sobreexposición es la narcosis: “Tenemos que entumecer nuestro sistema nervioso central cuando éste es extendido y

expuesto: de no hacerlo, moriríamos. Así, la edad de la ansiedad y de los medios eléctricos es también la del inconsciente y de la apatía”.

Como en una especie de amputación para salvar la vida, el ser humano se ve obligado a recortar su sensibilidad para evitar la sobreexposición que se produce con la sobreabundancia de información: “Este sistema de enfriamiento produce, en mucha gente, un estado psíquico vitalicio de rigor mortis, o de sonambulismo, muy fácil de observar en las épocas de innovaciones tecnológicas” (McLuhan, 1996, págs. 44-45)

Numerosos autores de hoy en día, como los mencionados Carr, Pariser y Gleick; y Clay Johnson (Doval, 2012) advierten del efecto perturbador que la sobreabundancia de información (también conocida como infoxicación) tiene en la capacidad de entender la realidad.

Por eso, 50 años más tarde McLuhan aparece como un pensador que supo atisbar lo que estamos empezando a vivir: un mundo en el que las máquinas no sólo tienen un papel central sino que nos modifican. Aunque McLuhan nunca escribió la frase que se le atribuye: “nos convertimos en lo que contemplamos. Damos forma a nuestras herramientas y luego nuestras herramientas nos forman”, la reflexión es de un amigo suyo que parece reflejar bien su punto de vista (Culkin, 1968). Y ése parece ser uno de los puntos esenciales de su pensamiento y uno de los factores de cambio en la cultura del siglo XXI: la tecnología como forma de la cultura, como modificadora del ser humano.

“San Marshall, el santo loco”

La revista *Wired* en 1996 le llamó “San Marshall, el santo loco”. La expresión no era una falta de respeto sino la descripción de un genio excéntrico que, además, era un devoto católico.

Totalmente ajeno al afán de demostración empírica, llegó a exasperar a sus interlocutores académicos al no argumentar sus afirmaciones y, ante el airado desacuerdo del sociólogo Merton en una reunión, le interrumpió diciéndole: “Si no le gustan estas ideas, tengo otras”.

Su personalidad exuberante le rodeó de discípulos que disfrutaban de su amistad. Uno de ellos, Neil Postman, relataba que con él no se conversaba, uno se limitaba a escuchar; como les ocurrió en una ocasión en que él y otro alumno compartieron habitación con McLuhan en el hotel y tuvieron que suplicarle que se callara y les dejara dormir.

Converso al catolicismo en su juventud, se levantaba temprano para leer la Biblia, rezaba el Rosario todos los días y participaba en la Santa Misa.

Huía del determinismo y del pesimismo con rotundidad: ante la pregunta de un periodista sobre los estragos de la edad electrónica, McLuhan respondió que no tenía ninguna duda de que *Christus vincit* (en latín en el original).

Su pensamiento y su creencia iban de la mano: “En Jesucristo, no hay distancia o separación entre el medio y el mensaje”, escribió, “es el único caso en el que se puede decir que el medio y el mensaje son totalmente uno y el mismo (Doval, 2013).”

Referencias

- Culkin, J. M. (1968). Churchman's guide to Marshall McLuhan. *Religious Education*, 457-462.
- Dahl, H. F. (1994). The pursuit of media history. *Media, Culture and Society*, 551-564.
- Doval, M. (10 de abril de 2012). *Por una dieta informativa más variada y sana*. Obtenido de Acepresa: <http://www.acepresa.com/articulos/por-una-dieta-informativa-mas-variada-y-sana/>
- Doval, M. (16 de junio de 2013). *McLuhan, su aspecto más desconocido*. Obtenido de Internet Política: <http://internetpolitica.com/acceso-a-internet/mcluhan-su-aspecto-mas-desconocido>
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Nieta, M. Á. (23 de marzo de 2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Obtenido de Acepresa: <http://www.acepresa.com/articulos/superficiales-que-esta-haciendo-internet-con-nuestras-mentes/>
- Playboy Magazine. (marzo de 1969). The Playboy Interview: Marshall McLuhan. *Playboy Magazine*.
- Strate, L. (2004). A Media Ecology review. (C. f. Culture, Ed.) *Communication Research Trends*, 23(2), 3-38.
- Wolf, G. (enero de 1996). *The Wisdom of Saint Marshall, the Holy Fool* . Obtenido de Wired Magazine: http://www.wired.com/wired/archive//4.01/saint.marshal.html?person=marshall_mcluhan&topic_set=wiredpeople