



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario

Argentina

Mayorá, Román Eduardo

Pop atmosférico. Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea

La Trama de la Comunicación, vol. 19, 2015, pp. 331-345

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323936839018>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Pop atmosférico

Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea

Por Román Eduardo Mayorá

romanmayora@gmail.com - Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina

SUMARIO:

En este trabajo proponemos una lectura de algunos textos de Marshall McLuhan, en relación a los problemas e interrogantes de investigación que actualmente estamos abordando, cuyo objeto de estudio es la cultura pop en el presente (Maestría en Estudios Culturales, UNR). Tomando en cuenta que los trabajos de McLuhan establecieron bases de comprensión y plantearon leyes de funcionamiento de los medios masivos de comunicación, en estrecha relación con su dimensión tecnológica, intentaremos enfocar algunas de sus teorías hacia el análisis de aspectos de la cultura pop que estamos estudiando actualmente, en tanto la cultura pop aparece relacionada fuertemente (tanto en su versión histórica "pop art" como en las producciones pop masivas actuales) con la expansión en el uso de medios de comunicación y la disponibilidad de diferentes tecnologías de producción, distribución y consumo, tanto eléctricas como electrónicas. Nos referiremos también a los trabajos de Jean Baudrillard y Andreas Huyssen, que nos permitirán analizar la cultura pop desde perspectivas que nos aproximan a la producción estética y la iconografía cultural. Por último, propondremos una reflexión sobre distintos aspectos de la cultura pop relacionados a la música, que aparece en nuestro horizonte de análisis como una de sus dimensiones significantes fundamentales.

DESCRIPTORES:

Cultura pop, música pop, medios, estudios culturales

SUMMARY:

We propose a reading of some texts of Marshall McLuhan, in relation to the problems and research questions that we are currently addressing, whose object of study is pop culture today (Masters in Cultural Studies, UNR). Given that the work of McLuhan established bases of understanding and raised laws functioning of mass media, in close relation to technological dimension, we try to focus some of his theories to the analysis of aspects of pop culture that we are currently studying, while pop culture appears strongly related (both in its historical version "pop art" and the current massive pop productions) with the expansion in the use of media and the availability of different technologies of production, distribution and consumption both electrical and electronic. We also refer to the work of Jean Baudrillard and Andreas Huyssen, allowing us to analyze pop culture from perspectives that bring us closer to the aesthetic production and cultural iconography. Finally, we will propose a reflection on various aspects of pop culture related to music, which appears on our horizon of analysis as one of its fundamental significant dimensions.

331

DESCRIBERS:

Pop culture, pop music, media, cultural studies

Pop atmosférico. Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea

Atmospheric pop. About Marshall McLuhan and contemporary aesthetics

Páginas 331 a 345 en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 19, enero a diciembre de 2015

ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634

El filósofo canadiense Marshall McLuhan (1911-1980) es conocido habitualmente en el campo de la comunicación por sus desarrollos en torno a la comprensión de los medios y las tecnologías. Sus numerosos eslógans y fórmulas (uno de los más difundidos fue “el medio es el mensaje”) dan cuenta de su interés por estudiar los procesos tecnológicos y de mediatización de las sociedades industriales, siendo reconocido por preanunciar las “sociedades de la información” y las búsquedas tecnológicas que culminaron en la creación y popularización de internet, “la aldea global”. A más de 100 años de su nacimiento, McLuhan “sigue siendo no sólo una de las referencias indiscutibles del campo de estudios de la comunicación, sino también una fuente continua de generación de polémicas” (Valdettaro, 2011: 12).

Si bien sus primeras publicaciones datan de comienzos de la década del 50’, McLuhan realizó sus trabajos más importantes y difundidos durante los 60’, convirtiéndose en “una especie de gurú-intelectual en el ambiente pop anglo-americano de fines de los 60 y principios de los 70 del siglo XX” (Valdettaro, 2011: 14). Nos interesa aquí explorar los posibles aportes del pensamiento mcluhaniano a la comprensión de la cultura pop en las sociedades contemporáneas, enfocándonos en algunos trabajos de este autor que fueron poco difundidos, y deteniéndonos en una posible lectura de sus leyes de los medios, un trabajo realizado en coautoría con su hijo Eric McLuhan y editado de forma póstuma.

En un ensayo publicado en el número 7-8 del *Iberoamerican Communication Review* (dedicado al legado de McLuhan a 100 años de su nacimiento), su hijo Eric repasa el programa de investigación y las líneas pendientes de estudio del autor de “El medio es el mensaje”. Allí, Eric McLuhan señala los problemas editoriales que sufrió el libro “Culture is our business”, editado originalmente en 1970. El método de exposición que sigue este libro hace parte del método

fragmentario al que nos referimos anteriormente. A lo largo de 27 capítulos (o momentos), McLuhan presenta en las páginas impares publicidades gráficas de distinto tipo, tomadas de medios norteamericanos, y en las páginas pares una recopilación de indicios (titulares de periódicos, guías de TV, entrevistas a distintas personalidades, etc...) hilados por pequeños párrafos analíticos donde aparecen sus clásicos slogans, proponiendo una clave de lectura del todo.

Tanto la metodología como el modo expositivo utilizados por McLuhan dan cuenta de un estilo fragmentario, asistemático y por momentos caótico, con fuentes muchas veces citadas de modo ligero y una tendencia a los slogans que fue (y sigue siendo) objeto de numerosas polémicas (Valdettaro, 2011: 12). No podemos dejar de observar aquí que las mismas características (obviamente, también con muchas diferencias) se encuentran no sólo en los escritos de Georg Simmel y Walter Benjamin (tal como menciona Valdettaro, 2011: 13) sino también en los trabajos de Roland Barthes y Jean Baudrillard.

Eric McLuhan relata que el libro *Culture is our business* “se publicó sin haberse corregido: hay una media de uno a tres errores por página en la tipografía, y en algunos casos [en la editorial] sustituyeron sus propios anuncios por los nuestros, por lo que los comentarios en las páginas contrarias no tienen sentido” (2012: 23), lo cual llevó a retirar los ejemplares distribuidos en los anaqueles de las librerías poco tiempo después de su edición. Pero además, en el mismo texto se señala que este libro es el tercer volumen de una trilogía no anunciada previamente, que comenzó con “The mechanical bride” –editado en 1951, dedicado al folklore del hombre industrial-, seguida por “The Gutenberg Galaxy” –publicado en 1962, sobre el hombre tipográfico-. “La cultura es nuestro negocio” (publicado en 1972 y tempranamente editado en español por la mexicana Editorial Diana en 1974) es, según Eric, un volumen sobre el folklore del hombre

eléctrico (2012: 29). Es decir, se ocupa de analizar la producción de sentido a través de los íconos¹ propios de las publicidades.

En ese trabajo, y bajo el título “Si, no tenemos nirvanas”², McLuhan presenta una publicidad de una aerolínea que ofrece vuelos New York- India, con tours de distintos costos y duración, visitando “palacios enjoados” y “templos cuyos grabados celebran la totalidad de la vida”, diferenciando sus paquetes turísticos “de acuerdo a las sectas de la India que usted prefiera ver” y “el dinero que esté dispuesto a gastar”, el cual, de todos modos, promete ser “menos de lo que usted pensaba”.

McLuhan comienza su análisis citando varios titulares del New York Times de julio de 1968: “Ese gurú que toca el laúd de la India puede ser un neoyorkino”; “En Macy's a un cliente se le impone una chaqueta a la Nehru, el atavío a tono con la industria de la moda de hoy”; “Los casos de contaminación atmosférica durante la primera mitad de 1968 superan el total de los de 1967”. A continuación cita una entrevista a Ravi Shankar (músico) publicada en la revista Eye, de mayo de 1968: “A mí me parece que hoy en día las barreras son cada vez menos, gracias a la juventud. Yo estoy muy agradecido a los Beatles”. Y luego la pluma de McLuhan remata el conjunto: “Hoy la música es suficiente droga para cualquiera. La música juvenil por naturaleza puede recorrer toda la gama, desde el zumbante revoltear del mosquito hasta la austeridad mecánica de la cigarrilla” (1974: 252).

La referencia a la contaminación atmosférica, seguida por las declaraciones de Ravi Shankar y coronada por el análisis de McLuhan, muestra hasta qué punto el investigador canadiense comprendía el impacto que tendría el borramiento de fronteras entre el mundo occidental y el resto del globo³, pero también las posibilidades que ya en ese entonces habilitaba la cultura pop respecto a las formas artísticas, lo que él llama “el nuevo arte”.

En numerosos círculos académicos se admite que Hebert Marcuse fue algo así como el filósofo favorito de los jóvenes en los agitados años 60⁴. Si bien tuvo una influencia marcada en la contracultura europea, también visitó América del Norte. En marzo de 1969 Marcuse pronunció una conferencia en el aeropuerto de Vancouver, donde se encontraba retenido por las autoridades migratorias canadienses. Bajo el título “Exijamos lo imposible”, el pensador frankfurtiano se refirió a Sartre, Camus, Vietnam, Cuba, el Mayo Francés, entre otros temas de agenda, terminando su alocución proponiendo a su auditorio (que, podemos adivinar, estaría compuesto en su mayoría por estudiantes universitarios) “propagar lo que ustedes aprenden y lo que han experimentado, y lo que quieren hacer, fuera de la comunidad académica”, advirtiendo que “hace rato pasaron los tiempos en los que se podía hablar de flower power y arrojar flores a la policía” (1975: 124, 125).

Apenas un año después, McLuhan cita en Culture is our business una conversación que él mismo tuvo, también en un aeropuerto, con las autoridades de inmigraciones:

“McLuhan al funcionario aduanal: —Sí, conozco al Dr. Tim O'Leary.

Funcionario: —Muy bien. Entonces, ¿dónde está el LL.D (sic) que se oyó decir que usted estaba adquiriendo en Vancouver?” (1974: 322)

Las referencias a las formas de percepción sensorial alterada por el uso de drogas reaparecen en varios fragmentos del libro, en relación al “nuevo arte” y lo que podríamos denominar como las extensiones de los sentidos que aportaba la naciente cultura pop. Varias de las provocadoras citas escogidas por McLuhan hablan por sí mismas, a la vez que sus análisis aportan los elementos del diagnóstico de una época:

"1966 fue el año de los Beatles, 1967 el de las drogas, ¿y 1968? (NY Times, 31 de diciembre de 1967)" (1974: 308).

"El arte es percepción nueva. El nuevo arte abre nuevos mundos a nuestro reconocimiento y a nuestra alimentación. Desde el punto de vista síquico, el arte es valioso solamente cuando es nuevo. Desde el punto de vista comercial, el arte nuevo es extravagante e inútil" (1974: 52).

"La percepción o conjunto de datos para procesar nunca son la experiencia de "conclusión". Sea cual fuere el sentido que reciba los datos, todos los demás concurren a completarlo. La "Nueva crítica" no sólo descubrió el elemento sensorial como laboratorio, sino incluso el lenguaje como formador y deformador de la experiencia ordinaria. El nuevo arte es violencia sensoria en las fronteras de la experiencia. (1974: 186)

Los poetas y los artistas viven en las fronteras. Para ellos no hay regeneración de energía, todo es nuevo consumo. No tienen identidades. Son siempre nuevos ensayos. De aquí que el hombre en la frontera esté buscando una nueva identidad. La violencia y el experimento resultan pues inevitables. La crean de nuevo. El poeta descoyunta el lenguaje haciéndolo significado. El artista derriba de par en par las puertas de la percepción (1974: 44).

De formas similares pero con expectativas distintas, tanto Marcuse como McLuhan apoyaron a la contracultura de los 60', observando en el espíritu de la época muchos de los rasgos que en la deriva de la cultura pop se volvieron centrales. Marcuse reclamaba a la filosofía el paso a la acción, mientras que McLuhan parece buscar en los medios químicos una nueva realidad. Admite conocer al gurú del LSD, Dr. Timothy O'Leary (a quien llama "Tim"), evidenciando además

su lectura del ensayo de Aldous Huxley (1956) cuyo título, "The doors of perception", sirvió de inspiración para bautizar a una de las bandas más importantes de la escena contracultural de los 60' liderada por Jim Morrison. En una entrevista de 1973, McLuhan sostiene que "el hombre es un robot que actúa como servomecanismo de la máquina y a quien el artista con su obra produce un shock, que lo hace reaccionar y apartarse de su condición de robot. Los hombres sin arte son robots. La función del artista es enseñar a relacionarnos con el medio ambiente creado por el hombre". En este sentido, el lanzamiento del primer satélite artificial, el Sputnik I ("cuando la Naturaleza terminó" según McLuhan) habría transformado al mundo "en una forma artística que tenía que ser programada", y así "el arte dejó de ser un lujo para convertirse en una necesidad" (1973: 21).

Douglas Kellner (2005) ha señalado que durante los 80' el pensador francés Jean Baudrillard comenzó a ser propuesto en ciertos círculos como "el nuevo McLuhan", en tanto su pensamiento constituyía la teoría más avanzada del momento sobre los medios y la sociedad en la era posmoderna. Kellner sostiene que, si bien Baudrillard había polemizado con el pensamiento de McLuhan durante los 60' (criticándolo, entre otras cosas, por suponer que su teoría tenía como resultado "naturalizar la alienación"), desde los años 80' el pensamiento del filósofo francés abandona sus tópicos clásicos (los objetos, el consumo, la economía política del signo, todos desde un abordaje marxista) e introduce los conceptos de simulación y simulacro, medios e información, relacionados a la implosión de la hiperrealidad y la convergencia tecnológica y de los modos estéticos en la era posmoderna.

En el análisis que presenta Kellner, se abordan las similitudes entre el pensamiento de McLuhan y el de Baudrillard, sus muy similares posiciones respecto al borramiento de las fronteras (económicas, estéticas, políticas), a pesar de hallarse un contraste entre "el

catolicismo ecuménico de McLuhan y el protestantismo algo puritano de Baudrillard" (2005: 4). Según expone Kellner, McLuhan pensaba en un nuevo tipo de comunidad global, un nuevo universal de conciencia y experiencia a través de un sistema global de comunicación, la superación de la alienación producida por la racionalidad abstracta propia del hombre tipográfico a partir de una nueva sinestesia y una nueva armonía entre mente, cuerpo, sentidos y tecnologías. Mientras tanto, prosigue Kellner, en Baudrillard los medios aparecen como semidioses externos que seducen y fascinan, cosificando la conciencia y fragmentando los estilos de vida, atrapándolos en un universo de simulacros donde es imposible distinguir entre la simulación y la realidad.

Sin embargo, Baudrillard invirtió la tesis de McLuhan en relación a los medios como extensiones del hombre, sosteniendo en cambio que los humanos interiorizan los medios de comunicación y por lo tanto se convierten en terminales dentro de estos dispositivos, una especie de "nuevo antihumanismo teórico que hubiera divertido a Althusser", ironiza Kellner (2005: 5). En este modelo, el ojo y el cerebro reemplazan a los demás órganos y sentidos, así como el procesamiento de la información sustituye a las prácticas humanas de la *techné* y la *poiesis* por igual.

Las diferencias entre las teorías de McLuhan y Baudrillard apuntadas por Kellner no deberían sorprendernos. A pesar de que su producción teórica es parcialmente contemporánea en términos históricos, el autor de "El medio es el mensaje" fue testigo primero de la masificación de los medios eléctricos, y luego del final de la era de producción industrial. Lev Manovich sostiene, al referirse a este momento histórico, que "en la sociedad industrial de masas, se suponía que todo el mundo debía disfrutar de los mismos bienes; así como compartir también las mismas creencias. Y esa era también la lógica de la tecnología de los medios" (2006: 16).

336

Por otro lado, el autor de "Cultura y simulacro" observa los mismos fenómenos desde el otro lado del momento histórico, el éxito de la sociedad de consumo posindustrial y la estandarización de los medios informáticos. Al respecto, Manovich explica que en las sociedades posindustriales cada sujeto puede construirse un estilo de vida, seleccionando una ideología entre un número amplio, aunque no infinito, de opciones posibles. En ese marco, "en vez de machacar los mismos objetos o la misma información a un público masivo, el marketing trata ahora de dirigirse a cada individuo por separado, y la lógica de la tecnología de los nuevos medios refleja esta nueva lógica social" (2006: 16).

A pesar de las críticas realizadas (con distintos argumentos) tanto al pensamiento de McLuhan como al de Baudrillard, coincidimos con Kellner cuando rescata su poder heurístico como lo más valioso de sus teorías. En la polémica y el debate, el pensamiento de ambos autores debería llevar al campo intelectual a postular nuevas hipótesis que expliquen el rol de los medios en las sociedades contemporáneas, intentando alejarse por igual tanto de la adulación celebratoria como de un nuevo discurso del dominio global.

En este sentido, nos preguntamos: ¿Cómo podríamos enfocar la tétrada de leyes sobre los medios que McLuhan planteó hacia el final de su carrera hacia una comprensión de la cultura pop? ¿Qué relación podemos establecer, siguiendo el pensamiento mcluhaniano, entre el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y la deriva actual de la cultura pop? Es decir, ¿qué aportaría el pensamiento de McLuhan a una lectura de la cultura pop en relación al presente?

Las leyes de los medios enunciadas por Marshall y Eric McLuhan conforman una tétrada compuesta por cuatro términos: extensión, atrofia, recuperación y reversión. Cada uno de los aspectos se expresa en la forma de una pregunta, y sus aspectos son complementarios.

"Extensión: ¿Qué es lo que el medio extiende, intensifica, acelera o hace posible?

Atrofia: A partir de la extensión de un medio, ¿qué se reduce o se hace obsoleto de la situación anterior a la aparición del nuevo medio?

Recuperación: ¿Qué acciones, servicios o formas de medios retornan o son recuperadas con el surgimiento del nuevo medio? ¿Qué bases anteriormente obsoletas o anticuadas son recuperadas e integradas por la nueva forma mediática?

Reversión: ¿Cuál es la potencial reversión (en tanto superación del límite de las potencialidades y la tendencia al regreso a la situación previa) que presenta el nuevo medio?" (1990: 111)

En esta tétrada, termina por aclararnos McLuhan, "el artefacto o medio es visto de modo no neutral o pasivo, sino como un logos o emisión activa de la mente humana que transforma a su propio usuario o entorno" (1990: 111).

Tal como ha señalado Andreas Huyssen, la cultura pop originada en los años 60' en Estados Unidos "no sólo tenía relación con el arte de Warhol y Lichtenstein, entre otros; "tenía que ver también con la música de rock, el arte del póster, el culto a la rebeldía y el hippismo, las drogas y, en general, cualquier manifestación de la 'subcultura' y lo 'subterráneo'" (2002: 245).

La cultura pop se compuso entonces a partir de un complejo de medios (necesarios para su producción, distribución y consumo), cuya fundamental condición necesaria fue la disponibilidad masiva y simultánea de medios de distinta naturaleza⁴ (gráfica, discográfica, radio, TV, cine) en vinculación con la disponibilidad de tecnologías de producción y distribución musical eléctrica y electrónica. Este vínculo terminó por los estilos folk, blues y country que se habían difundido en los 50', colocándolos en un lugar potencialmente obsoleto, y recuperando algo del glamour de Hollywood de

las primeras décadas del siglo XX.

Al respecto, Edgar Morin refiere que tras una primera etapa (de 1914 a 1919) donde aparece la figura de la estrella de cine, entre 1920 y 1931/32 se produce "la era gloriosa" del star-system de Hollywood, apareciendo los arquetipos de la virgen inocente o traviesa, la vamp salida de las mitologías nórdicas, y la gran prostituta, de las mitologías mediterráneas, dando origen a la femme fatale. Entre medio de la virgen y la mujer fatal aparece la divina, misteriosa como la mujer fatal y pura como la joven virgen (1964: 16). En 1937, las estrellas de cine "patrocinaban el 90% de los grandes programas radiales norteamericanos", apareciendo en publicidades desde productos de tocador hasta campañas electorales, con "una vida pública publicitaria" (1964: 8).

Haciendo un salto en el tiempo de casi 70 años, Diedrich Diederichsen, analizando lo que él denomina "la biopolítica de Britney Spears", se refiere a la cantante pop norteamericana como la encarnación de un pop reaccionario propio de la era posmoderna tal como la pensó Baudrillard, en tanto borramiento de las fronteras y confusión de todos los signos. Para Diederichsen lo que distingue a Britney es "la constitutiva falta de claridad de su imagen. Britney es fantasía sexual y compinche en una sola persona, pin-up a la vez que chica buena con la que uno podría casarse" (2005: 49).

Para el autor, antes de Britney el pop dirigido al público joven heterosexual siempre había dejado en claro cuál era la diferencia entre la cualquiera y la novia. Una más agresiva, de voz fuerte y ruidosa, para aprender la sexualidad; la otra pasiva, con una guitarra acústica en las rodillas, para salir y comentar la película más tarde. La mujer ruidosa siempre fue negra hasta Janis Joplin, y la de la guitarra acústica siempre fue blanca hasta Tracy Chapman (2005: 50). Diederichsen rescata el trabajo de erosión lento pero constante de muchas mujeres artistas que en su trabajo al interior

de la cultura pop produjeron distintos corrimientos en estos roles, reflejado en el *mainstream* por Madonna, en un momento (los 90') en que "el espíritu de época fue compatible con el nuevo feminismo", dando lugar a lo que el autor llama el "complejo Butler-Madonna" (2005: 51). En este sentido la figura de Britney es reaccionaria: las promesas de Madonna, de libertad en la asunción del rol y la expansión de los estilos de vida como un fin en sí mismo, revierten en un clima de restauración, que exige ya no una doble moral sino la seriedad de la novia y el sexo en una sola persona (2005: 53).

Los medios electrónicos y sus derivas en torno a la digitalización (que abarca una evolución que sin ánimos exhaustivos podríamos reponer aquí en un recorrido que va desde el primer circuito integrado de los años 50' al microchip y el desarrollo de la PC; pasando por la evolución de los teclados y la masificación de la conectividad web; y llegando a ProTools, Napster y Soundcloud) podría mostrar, en la actualidad, algunos indicios de reversión en la atmósfera pop actual. El crítico inglés Simon Reynolds (2012) ha conceptualizado en términos de "retromanía" el momento presente de la cultura pop, donde a partir de una exhaustiva documentación, llega a la conclusión de que el síntoma de la época es la adicción a formas expresivas pasadas. En los términos tecnológicos que estamos enunciando aquí, la cultura pop se encontró primero con el CD, que permitió poco tiempo después la conversión digital de la señal sonora (mp3) pero también su utilización como soporte de la imagen y el texto. Y luego de casi veinte años de contar con la tecnología que hizo posible su emergencia, aparece imbricada fuertemente (y en formas muy diversas) en torno a internet, ese meta-medio que, a partir de las crecientes posibilidades de digitalización e intercambio en la web (intercambio representado, desde el ocaso de la plataforma Napster, por las redes *peer to peer* o punto a punto) permitió acceder a contenidos,

formas estéticas, estilos y procedimientos que de otro modo no se habrían difundido, pero también a producirlos y reproducirlos.

La explosión creativa y de registro (sonoro, fotográfico, filmico, escrito y puramente analógico) que se produjo en la cultura pop de los 60' está siendo actualmente recuperada, a partir de la revisión/reversión pero también de nuevas producciones, ahora digitales, tal como reseña Reynolds (2012). Actualmente, en YouTube puede accederse a "Anomaly"⁵, el primer y único disco (publicado en 1971) de McLuhan, un grupo conceptual multimedia originario de Chicago. Formada por dos estudiantes de la Universidad de Illinois, la banda McLuhan tenía la idea de mixturar diferentes lenguajes en espectáculos que incluían efectos de sonido, como llantos de bebé, y en sus shows (los lunes a la noche en un pequeño pub de Chicago) proyectaban viejas películas de Hollywood. Mientras tocaban la composición titulada "Monster bride" reproducían el film "La novia de Frankenstein" de 1935 sobre el escenario, al tiempo que tocaban la melodía de presentación de la 20th Century Fox.

La banda McLuhan sólo duró en actividad algo así como un año y medio, y nunca presentaron en vivo su único disco, porque grabarlo fue lo último que hicieron. Con influencias de Yes, Frank Zappa, el jazz y el rock progresivo, los integrantes de McLuhan (como muchos otros músicos de rock progresivo de los 70' y también en décadas posteriores) eran multiinstrumentistas. "A brief message from your local media" (Un breve mensaje de los medios locales) es el track que cierra "Anomaly", disco que dura apenas 37 minutos. En el medio del tema, un narrador nos dice: "Henry Ford revolucionó la industria moderna con su concepto de línea de ensamblaje. En ella, máquinas complejas permiten una fabricación menos costosa con el uso de herramientas especializadas, proporcionando menos costo al consumidor y más beneficio al fabricante".



Personal Manager
Carl H. Davis
(312) 427-0228

MC LULUHANS

Exclusively
Kingsbridge Record Corp.
888 Seventh Avenue
New York, New York 10019

La edición original de "Anomaly" en disco de vinilo puede encontrarse en Ebay por unos 150 dólares. Una reedición pirata del disco en formato CD realizada en Japón y un par de blogs especializados en música progresiva (todavía hay muchos blogs de este tipo en actividad, y encontramos reseñas de este disco en varios idiomas) fue el preámbulo de la llegada de "Anomaly" a YouTube.

La historia de la banda *Cucamonga*, formada en Santa Fe en 2005 y ganadora en 2006 de la Bienal de Arte Joven de la Universidad Nacional del Litoral, es en cierta forma similar a la de *McLuhan*. El grupo *Cucamonga* fue bautizado así en honor al primer estudio en el que trabajó Frank Zappa, ubicado en Rancho Cucamonga, un pequeño pueblo californiano atravesado por la ruta 66. Ese estudio fue uno de los primeros en contar con cinco pistas simultáneas de grabación

en stereo, cuando la norma en la industria eran cuatro canales en mono. Quien lo ideó fue Paul Bluff, un ex soldado de la marina estadounidense y aspirante a cantante popular que decidió aprender electrónica mientras duraba su servicio en el ejército. Pero esa es otra historia.

Volviendo al grupo, su primer y único disco ("AlterHuevo") fue grabado en Santa Fe en 2011, y publicado en 2012 por un sello italiano de música progresiva y fusión llamado AltRock. La

música es en su mayor parte instrumental, con influencias del rock progresivo (Yes, Frank Zappa) pero también de cierta tradición de la música latinoamericana (Hermeto Pascoal), siendo los integrantes del grupo multi-instrumentistas y compositores. En el último track del disco, "Cletalandia", se escucha la voz (modificada digitalmente) del actor argentino Pablo Cedrón en el papel del sexólogo paraguayo Nelson Gómez, personaje del programa de humor de culto de los años 90' Cha Cha Cha, en el que se habla sobre "la recuperación de la sexualidad en el matrimonio" en un segmento ficticio de "El canal de la mujer" conducido por la actriz Mariana Briski. La grabación del disco fue lo último que *Cucamonga* hizo antes de disolverse como banda, y apenas llegaron unas pocas decenas de discos a Argentina, que no fueron presentados

ni promocionados. Unos seis meses después de la edición en Europa, distintos blogs especializados⁶ en distintos idiomas comenzaron a reseñarlo con muy buenos comentarios, ofreciéndolo en descarga gratuita (y pirata, obviamente).

McLuhan (ahora sí, Marshall) indica que "para el hombre tribal arcaico, en su espacio acústico, no existía el pasado, ni la historia, sino que se vivía en un presente continuo" (1990: 114). La actual disponibilidad digital del archivo ha permitido la revisión y recuperación, por parte de la cultura pop, de buena parte del material que en los 60', 70', 80', y 90' no habría sido difundido, apreciado, visto ni escuchado lo suficiente (siempre según quienes reivindican tal o cual estilo,

género, o grabación pirata). La aceleración que señala Reynolds en la sucesión de estos revivals y su progresivo acercamiento al tiempo presente (habiéndolo ya grupos que pretenden recuperar una estética propia de la primera década del siglo XXI) no sería para McLuhan más que un indicio de reversión de la actual cultura pop. Las similitudes entre una banda californiana disuelta en los 70' y un grupo santafesino que se separó hace 3 años parecen sugerir la marcha hacia delante de un presente continuo, aunque consideramos que aparecen aquí muchos aspectos pendientes de estudio.

Llama la atención la referencia de la banda McLuhan a la cadena de montaje de Henry Ford, en un momento en que comenzaba a entrar en crisis el modelo industrial de producción; y al mismo tiempo, la referencia del grupo Cucamonga a la sexualidad, en un momento en que, como señaló Baudrillard, "el cuerpo sexuado está entregado a una especie de destino artificial" (1993: 26). Andreas Huyssen ha señalado la necesidad de estudiar fenómenos como la cultura pop de China o de la India, que se alimentan "por tradiciones icónicas muy distintas, reaccionando de manera creativa a la emergencia explosiva de la cultura del consumo y la nueva riqueza, negociando relaciones estructuralmente diferentes con el Occidente capitalista". Para Huyssen la importancia del pop radica





en que "agudizó nuestro sentido de la repetición inevitable, aunque sea repetición con una diferencia, y, de esta manera, terminó de cavar la fosa del vanguardismo no reflexivo" (2008: 1).

Al referirse a sus leyes de los medios McLuhan explica que los nuevos arquetipos son en realidad los viejos clichés en letras mayúsculas, siendo la obsolescencia no el final de algo sino el comienzo de la estética, del gusto, del arte... ya que "el montón cultural de clichés despreciados y obsoletos son la matriz donde reside toda innovación" (1990: 112). A su vez, la recuperación "no es simplemente volver a poner en escena una forma antigua", existiendo siempre cierta traducción o metamorfosis necesaria

para poner en relación con el nuevo contexto el medio recuperado, "como todos podemos comprobar si experimentamos los llamados 'revivals' culturales, ya sea en la moda, en la música o en cualquier otra forma cultural" (1990: 114), es decir, "el montón de basura como recurso dinámico" (1990: 242).

En relación a la actual "disponibilidad digital" de un importante archivo histórico de registros musicales (fonográficos pero también filmicos, fotográficos, etc...) resulta importante diferenciar entre lo que Manovich llama la "capa cultural" y la "capa informática" de los nuevos medios (2006: 19). McLuhan explica que los viejos sistemas tecnológicos (la rueda, el alfabeto, las primeras computadoras)

eran sistemas cerrados, y esto era social y psíquicamente soportable en tanto su lentitud permitía su comprensión y utilización de formas diferenciadas. Sin embargo, concluye McLuhan, en la actualidad "la naturaleza instantánea de la coexistencia entre nuestros instrumentos tecnológicos ha creado una crisis enteramente nueva en la historia humana (...) Hoy, vista, sonido y tacto y movimiento son simultáneos y globales en su extensión (1990: 241).

En "El complot del arte", Baudrillard se pregunta, ya llegando al final del siglo XX y refiriéndose al arte post-Warhol y su *crisis interminable*: "¿Quién sabe? Como tal, el arte fue quizás tan sólo un paréntesis, una

especie de lujo efímero de la especie" (2006: 41). Es importante observar que aquí Baudrillard refiere a un diagnóstico en torno a la *función estética*, desterrada de cualquier campo de acción exclusivo –lo cual da por terminado el arte tal como el modernismo lo había proyectado. Así, para el pensador francés todo se vuelve en cierto modo cargado de una funcionalidad estética, aunque vinculada de modos inesperados e impredecibles con los campos sociales, políticos y culturales. Este diagnóstico, que aparece claramente definido en la pregunta sobre el arte que acabamos de citar, deja al arte sin objetivo y libera a la función estética. Desde sus inicios, la cultura pop fue a la vez víctima y verdugo, llevando adelante un proceso de iconización y estetización que actualmente encuentra en las culturas digitales un nuevo medio-mensaje. Se pueden encontrar aquí expresiones culturales afirmativas, en productos con cierto aire pop (por poner un ejemplo, el juego Angry Birds). Pero también hay usos del lenguaje pop con sentidos críticos, tal el caso de algunas reapropiaciones de la contracultura de los 60', 70' y 80' (en muchos casos ambiguas, sin dudas) realizadas a partir de la disponibilidad del registro digital. En este último caso, que Reynolds (2012) sintetiza bajo la etiqueta de "Retromanía", el crítico alemán Diedrich Diederichsen (2005) señala la clave de lo que denominamos "contracultura crítica afirmativa", es decir, una serie de expresiones culturales que socavan ciertos sentidos socialmente construidos, sin que ello lleve necesariamente a atacar de forma directa las bases de funcionamiento del sistema económico, social y cultural.

El pop histórico de los 60' desde sus inicios tuvo posiciones ambiguas al respecto. Huyssen (2002) relata la historia de la recepción crítica del pop norteamericano en Alemania, en el caso de obras que fueron leídas de formas divergentes (y hasta opuestas) en Estados Unidos. Algo similar ocurrió, por ejemplo, con la obra del músico norteamericano Frank Zappa, el

caso "excepcional" que cierra el estudio del francés Claude Chastagner sobre la cultura rock (2012). La obra de Zappa fue recibida en los países anexados a la Unión Soviética como una crítica política al régimen comunista, un sentido con el que el propio Zappa coqueteó luego (siendo embajador cultural de República Checa en un breve período durante los 80's), pero que no era especialmente una base de su actividad creativa. Chastagner se pregunta si la ambigüedad del placer no podría ser en sí misma una forma de resistencia, siendo que "tanto el rechazo a la oposición agresiva como a la aceptación pasiva corresponden exactamente a ese *entre dos* que es la esencia de la resistencia" (2012: 202).

La idea creativa tempranamente planteada por Zappa de "continuidad conceptual" (todos los gestos estéticos de su obra se comunican entre sí y se responden) preanunció con un tinte vanguardista el estado actual de la cuestión en la cultura pop. Podemos coincidir con Darley (2002: 222) cuando afirma que las nociones de *género* y *autor* han quedado hoy en un segundo plano (si bien no han desaparecido por completo) tras el ascenso de lo que el autor llama la "gestión estética", es decir, aquél sujeto que, en la acción de crear un producto estético, está más ocupado en retraducir, remixar y representar unos significantes icónicos que preexisten y se recombinan en una nueva obra. Esto, que por un lado libera ciertas tensiones culturales, es también para Darley un momento cultural donde la expresividad sufre una mayor coerción por las condiciones de producción de lo estético. Al quedar debilitada la figura del género y del autor en sentido clásico, las posibilidades de presentar un producto masivo estéticamente novedoso se reducen, porque no se encuentran suficientes conjuntos de rasgos estructurales que permitan una oposición o una negación de lo precedente. Esta cuestión, que ha sido estudiada en términos de "estilos" (Fernandez, 2009), aparece como una característica fundamental

del proceso de estetización o de irradiación fractal de la función estética (para decirlo en términos de Baudrillard), un proceso cuyas raíces podrían rastrearse en el dadaísmo de comienzos del siglo XX, con un momento de despegue fundamental en el pop-art de los años 60'.

En este trabajo nos hemos referido a las similitudes en la difusión actual de grabaciones realizadas por dos grupos musicales separados temporal y espacialmente y unidos quizás solamente por su adscripción a ciertos usos de esta "función estética" y por las formas de circulación actual de sus producciones, dando lugar a unos usos del medio no siempre controlados por la omnipotencia del emisor. En los casos que mencionamos, pueden señalarse cambios en la capa cultural, que son posibles a partir de la digitalización y la masificación de los nuevos medios, y que además permiten comprender no sólo los aspectos culturales sino también referirnos a los usos en la capa tecnológica. Sin dudas podría pensarse un acceso a los mismos contenidos en la era de los medios analógicos, sin embargo, a partir de la digitalización de registros culturales analógicos y de la producción de nuevos registros culturales digitales se ha producido una simultaneidad acelerada en los intercambios al interior de la función estética, a la vez que diferenciaciones cada vez más minúsculas e imbricadas en la producción de íconos al interior de la cultura pop. Este clima cultural, que comienza a parecerse a un clima de época, reelabora la cultura pop del pasado en unos términos nuevos, que contienen mucho de repetición, sin dudas, pero que también dan lugar a una realimentación a partir de tradiciones icónicas no exploradas anteriormente. No adscribimos a un diagnóstico negativo de la "retromanía", en tanto permanece un potencial marginal de la estética en la producción de sentido, dedicado a la nada despreciable diferenciación entre productos. Tanto las formas de circulación como las formas de producción y gestión estética (más que los "autores")

deberán hacerse cargo de este potencial crítico en la generación y resignificación de la iconografía pop.

NOTAS:

1.Distintos autores (entre otros el propio McLuhan, pero también Baudrillard, Huyssen, Diederichsen) y diversas investigaciones de campo relativamente recientes (Marchán Fiz, Illouz) han destacado la particular efectividad de la cultura pop en la producción de íconos culturalmente significativos. Para una conceptualización semiótica del ícono nos remitimos a los trabajos clásicos de Charles Sanders Peirce (1986). Para un desarrollo teórico en torno a la producción social de sentido nos remitimos a la obra de Eliseo Verón (1993, 2013).

2.Según aclaran los traductores de McLuhan, Francisco Perea y Lorrain de Perea, el título de este apartado ("Yes, we have no nirvanas") alude a la canción norteamericana "Yes, we have no bananas", estrenada en 1922 en el espectáculo de revista de Broadway "Make it Snappy", que llegó a ser un hit reversionado hasta nuestros días. Si bien el origen de la canción no está para nada claro, fue utilizada en contextos completamente distintos al original. Se utilizó como canción de protesta en Irlanda del Norte en años de la Gran Depresión, y se reflotó cuando, durante la II Guerra Mundial, Inglaterra prohibió la importación de bananas durante cinco años, y las verdulerías colgaron carteles que rezaban "Yes, we have no bananas".

3.En este libro McLuhan se ocupa también del encuentro (¿choque?) de la cultura norteamericana con la cultura oriental, en expresiones casi escalofriantes, cuando sentencia que "pronto se desmantelará a Nueva York viga por viga. Los multimillonarios de Kuwait utilizarán el edificio del Empire State como corralito plegable para niños" (1974: 308). Muchos años después (ex-post-facto, luego de la caída de las Torres Gemelas), Baudrillard se ocupó también de la arquitectura neoyorquina y su relación con la cultura de medio

orienté en un polémico texto publicado en español bajo el título "La violencia de lo mundial" (2004).

4. Sumado a una disponibilidad igualmente masiva y relativamente barata de medios de transporte eficientes (trenes, autos); de medios químicos / farmacológicos (el LSD que mencionaba McLuhan pero también la píldora anticonceptiva). En este sentido es interesante tener presente la diferencia entre medio y tecnología que sugiere Verón, cuando afirma que "un medio es una tecnología de comunicación incorporada a un dispositivo de producción y de consumo, y una misma tecnología puede ser incorporada a dispositivos muy distintos y puede dar lugar a medios muy distintos" (2001: 11).

5. McLuhan, "Anomaly" (disco completo): <http://www.youtube.com/watch?v=UuSKn1F82xM> (acceso 27/02/2014).

6. Reseña en inglés: http://www.progressor.net/review/cucamonga_2012.html. Reseña en español: <http://progmundo.blogspot.com.ar/2012/08/cucamonga-alter-huevo-2012.html>. Track "Tetascotch" en YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=EjjWnwPoWS0>.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, J. (1993), *La transparencia del mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos*. Barcelona: Anagrama.
- BAUDRILLARD, J. y MORIN, E. (2004), *La violencia del mundo*. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- BAUDRILLARD, J. (2006), *El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas*. Buenos Aires: Amorrortu.
- CHASTAGNER, C. (2012), *De la cultura rock*. Paidós, Buenos Aires.
- DARLEY, A. (2002), *Cultura visual digital. Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- DIEDERICHSEN, D. (2005), *Personas en loop. Ensayos sobre cultura pop*. Buenos Aires: Interzona.
- FERNÁNDEZ, J. L. (2009), "Broadcast yourself: ¿Oxímoron o confusión entre medios?" en *Comunicar* N°33, Revista Científica de Educomunicación, pp.55-61. Huelva: Grupo Comunicar.
- HUXLEY, A., 1956 (2011), *Las puertas de la percepción*. Buenos Aires: Debolsillo.
- HUYSSEN, A. (2002), *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- HUYSSEN, A. (2008), "Políticas del Pop. Entrevista a Andreas Huyssen" en *Agenda Informativa Macba*, invierno 2008. Barcelona: MACBA.
- ILLOUZ, E. (2009), *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Buenos Aires: Katz.
- KELLNER, D. (2005), "Baudrillard: a new McLuhan?" en *Illuminations. The critical theory web site* (<http://www.uta.edu/huma/illuminations/kell26.htm> visitado el 08/05/2014). Arlington: University of Texas.
- LENARDOZZI, V. (2000), "Contra el 'adornismo'. Sobre la recepción de la Escuela de Frankfurt en América Latina" en *Revista Constelaciones*, Año 1, N°1, Septiembre de 2000. Buenos Aires: Fundación Walter Benjamin.
- LENARDOZZI, V. (2012), *Placeres en movimiento. Cuerpo, música, y baile en la "escena electrónica"*, Buenos Aires: Aidos/Soundscape.
- MANOVICH, L. (2006), *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidos.
- MARCHAN FIZ, S. (2006), *Las Vegas. Resplandor pop y simulaciones posmodernas 1905-2005*. Madrid: Akal.
- MARCUSE, H. (1975), *Sociedad Carnívora*. Buenos Aires: Eco Contemporáneo.
- MAYORÁ, R. (2011), "La estética pop en el rock nacional del siglo XXI. Sobre producciones de Babasónicos y Miranda!" en Actas de las XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Rio Cuarto: Red Nacional de Investigadores en Comunicación.
- MCLUHAN, M. (1973), "Entrevista con Herbert Marshall McLuhan" por María José Ragué Arias, en *Teoría de la imagen*, 8-23. Barcelona: Biblioteca Salvat de Grandes Temas.
- MCLUHAN, M. (1974), *La cultura es nuestro negocio*. México: Editorial Diana.
- MCLUHAN, M., y MCLUHAN, E. (1990), *Las leyes de los medios*. México: Alianza.
- MCLUHAN, E. (2012), "El trabajo pendiente de mi padre: McLuhan, antes y ahora" en *Iberoamerican Communication Review*, N° 7-8, 21-29. España: Universidad de Málaga.
- MORIN, E. (1964), *Las estrellas del cine*. Buenos Aires: Eudeba.
- PEIRCE, C. (1986), *La ciencia de la semiótica*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- REYNOLDS, S. (2012), *Retromanía. La adicción del pop a su*

propio pasado. Buenos Aires: Caja Negra.

- VALDETTARO, S. (coord.) (2011), *El dispositivo McLuhan. Recuperaciones y derivaciones*. Rosario: UNR Editora.
- VERÓN, E. (1993), *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- VERÓN, E. (2001) "Teoría del discurso y estudios semióticos: un recorrido del París de los 60 a nuestros días", entrevista realizada por Liliana Demirdjian en *Portal de la Comunicación*. Italia: InCom - UAB.
- VERÓN, E. (2013), *La semiosis social 2: Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

FECHA DE RECEPCIÓN: 19/06/2014

FECHA DE ACEPTACIÓN: 14/08/2014

IDENTIFICACION DE AUTOR

Román Eduardo Mayorá

Argentino.

Tesista de Maestría en Estudios Culturales por la Universidad Nacional de Rosario. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Docente de Arte y Cultura de Masas de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Docente de Semiótica (Tronco común) de la Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Entre Ríos. Afiliación Institucional: Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Entre Ríos.

Área de especialidad: Comunicación y cultura.

E-mail: romanmayora@gmail.com

345

REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:

MAYORÁ, Román Eduardo. "Pop atmosférico. Sobre Marshall McLuhan y la estética contemporánea". Ciencia y cambio climático en el discurso informativo de Clarín" en *La Trama de la Comunicación*, Volumen 19, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a diciembre de 2015, p. 331-345. ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634.