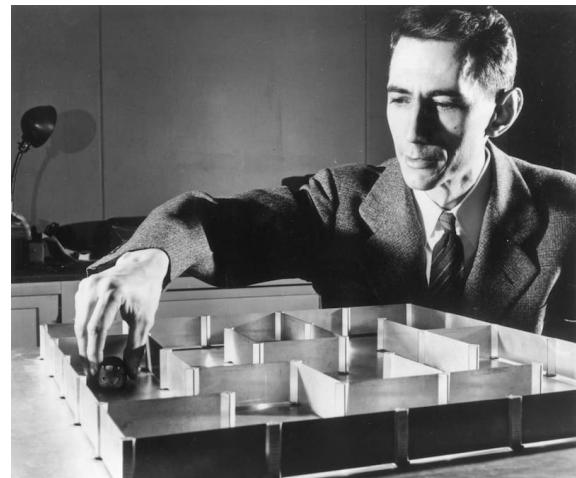
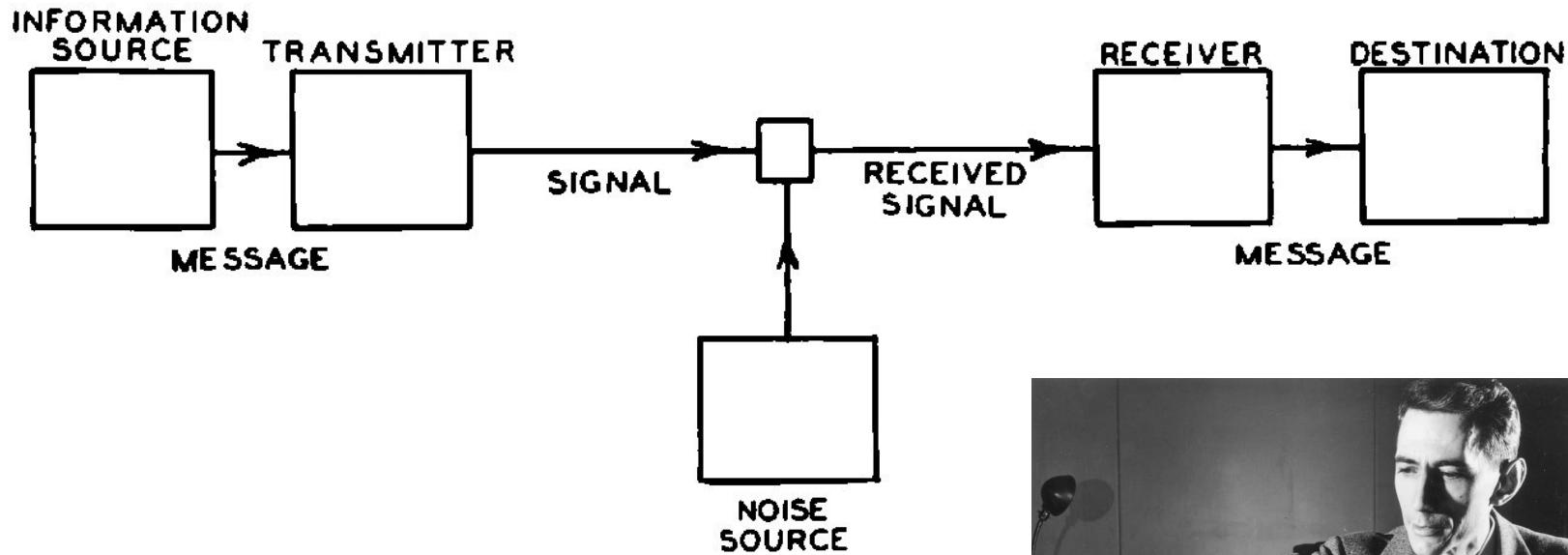
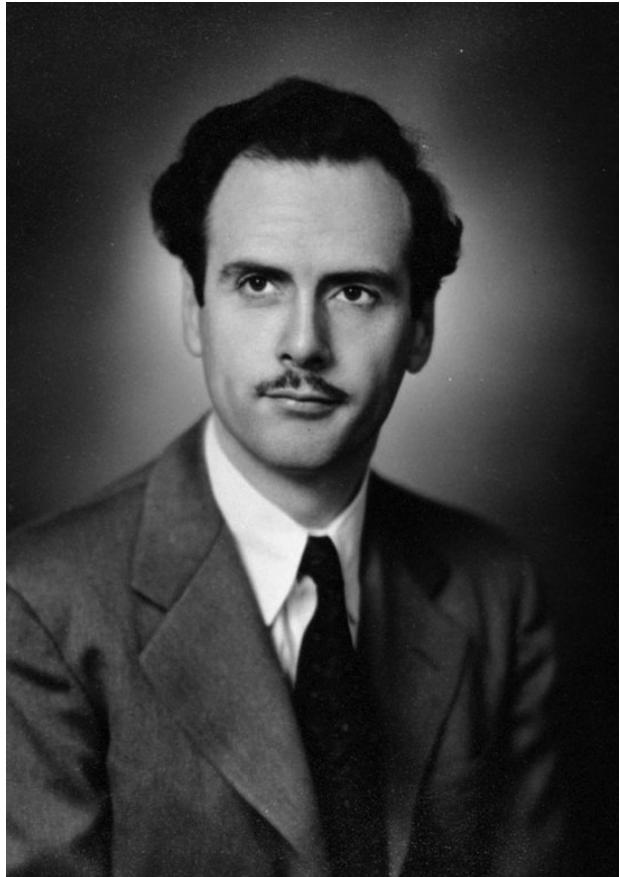


# Los medios

# Comunicación a lo Claude Shannon

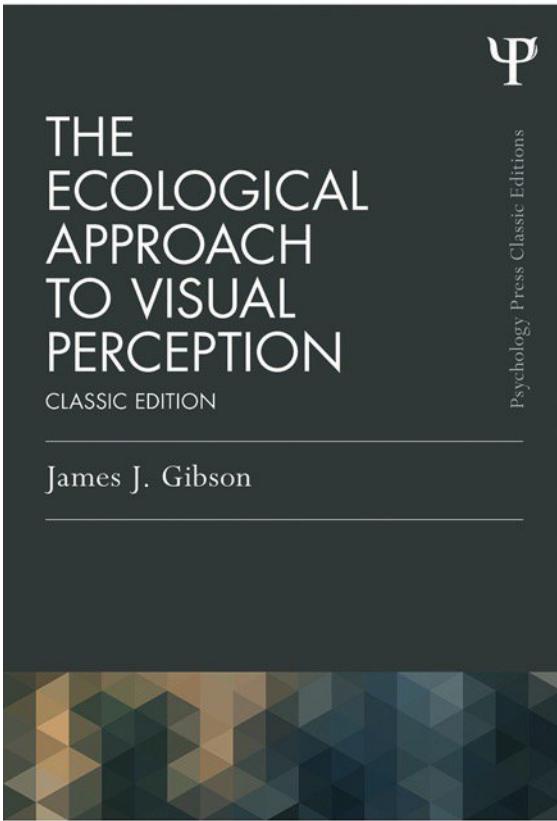


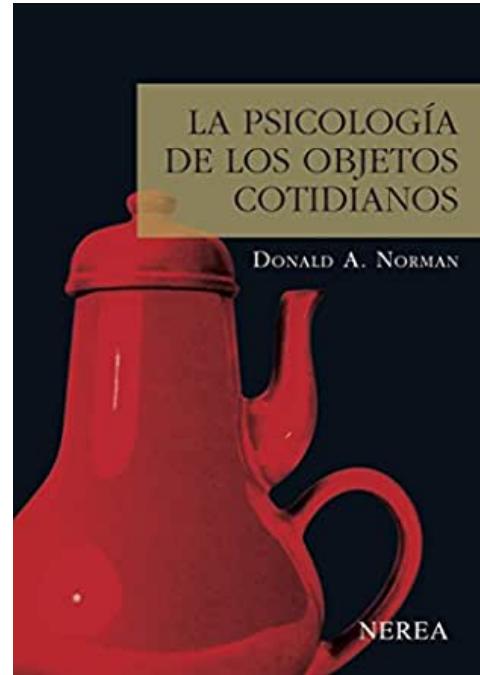
# Comunicación a lo Marshall McLuhan ... y a lo Jesús Martín-Barbero



## “El medio es el mensaje”

- **Medio:** extensión del cuerpo y los sentidos. El medio modela y controla la escala y la forma.
- **Mensaje:** entorno tecnológico que transforma los sentidos y el cuerpo (amplifica o escala, acelera ritmos y patrones de vida).
- **Líneas de fuerza:** presión que ejerce el medio sobre los seres humanos.
- **Matrices culturales:** sesgo que introduce el privilegio de ciertos medios, la tendencia a un tipo de mensaje (alfabética/visual vs. eléctrica/acústica). Las matrices cambian el equilibrio o “ratio” cultural.

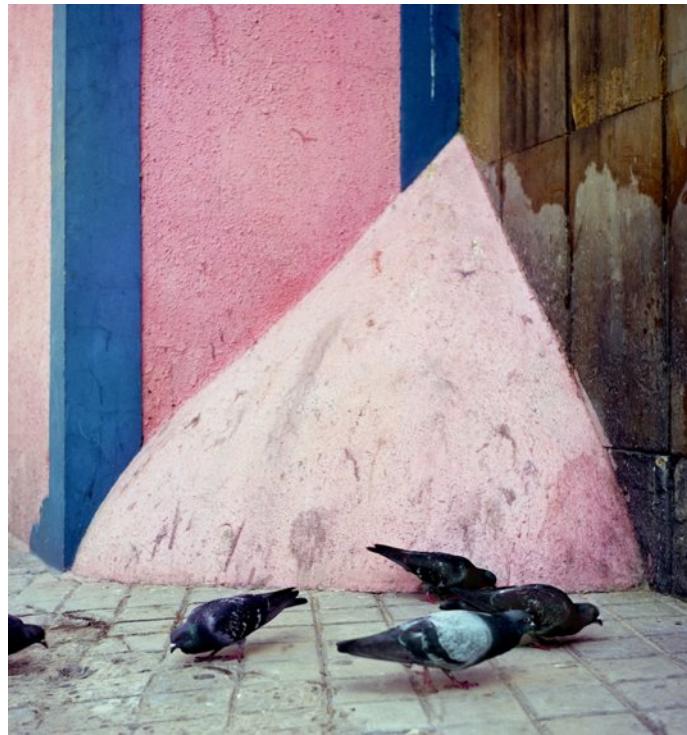






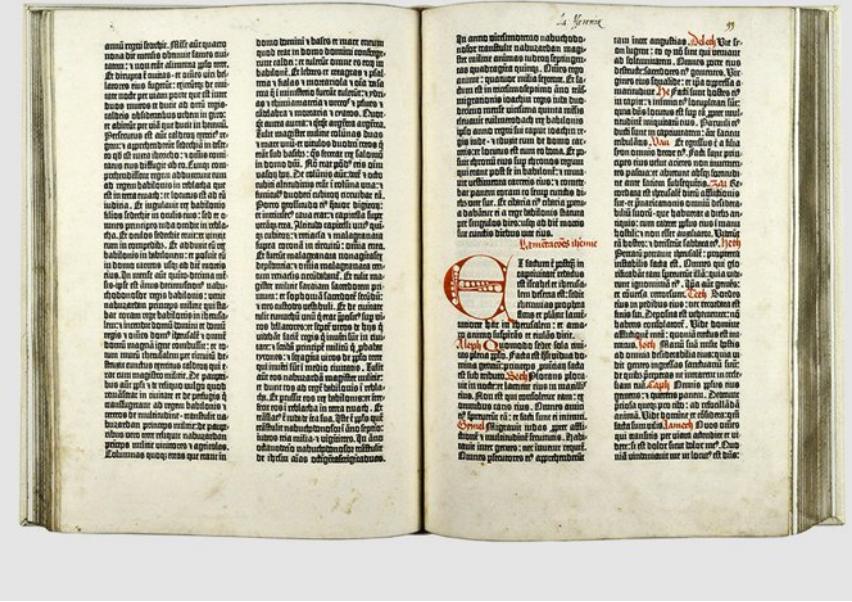


# Rosario López — Esquinas gordas — 2000





Libro iluminado. Biblia de Malmesbury.  
1407



Biblia de Gutenberg (una de las 49 copias) S.XV

“El contenido de todo medio es otro medio”

Aa Bb Cc Dd Ee

Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu

Vv Ww Xx Yy Zz &



Composición de Ardengo Sofici, 1915



Presence. Magazine de poetas de la generación Beat. 1967



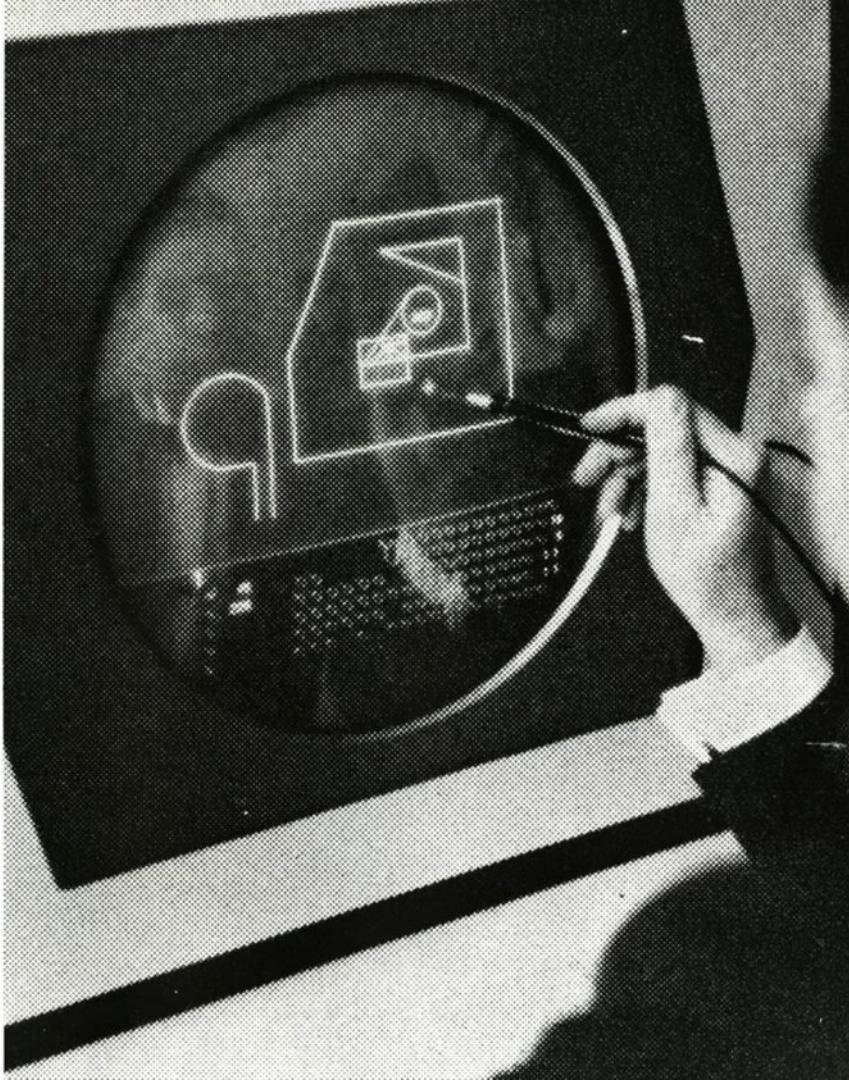
Para Martín-Barbero la cultura es el lugar de resistencia de las sociedades frente a las líneas de fuerza de los medios.

Las matrices culturales actúan de abajo hacia arriba. Las masas no son determinadas por, digamos, la televisión, sino que lo popular introduce sus propias matrices: el melodrama, la religiosidad popular, la oralidad, el folclore paradójico.

Martín-Barbero se opone a la visión determinista de los medios y al espiritualismo culturalista, defiende a las audiencias como un actor social que negocia, resiste y re significa los medios.

# Ivan Sutherland — Sketchpad — 1963









Adobe After Effects CC 2019 - /Desktop/AE map-animation/Map Animation Master/animated\_map.aep \*

Project    Composition manhattan    Layer (none)

manhattan

Footage (none)

R: 222 X: 3056  
G: 210 Y: 1032  
B: 158  
A: 255

Dotted Line MASK Outlines  
Duration: 0:00:15:22  
In: 0:00:00:00, Out: 0:00:15:21

Info

Audio

Preview

Effects & Presets

Align

Libraries

Character

Paragraph

Tracker

Search Help

Name

manhattan

manhattan Layers

0:00:15:21

00381 (23.976 fps)

100% 0:00:15:21 Full Active Camera 1 View +0.0

Layer Name Mode TrkMat Parent & Link Stretch

5 ★ Dotted Line MASK Outlines Normal None None 100.0%

Contents

Group 1

Path 1

Trim Paths 1

Start: 0.0% End: 100.0% Offset: 0x+0.0° Simultaneously

Trim Multiple Shapes

Stroke 1

Transform: Group 1

Transform

6 Dotted Line

7 NYSE

Normal Alpha None 100.0%

Normal None None 100.0%

0:00s 02s 04s 06s 08s 10s 12s 14s

Toggle Switches / Modes

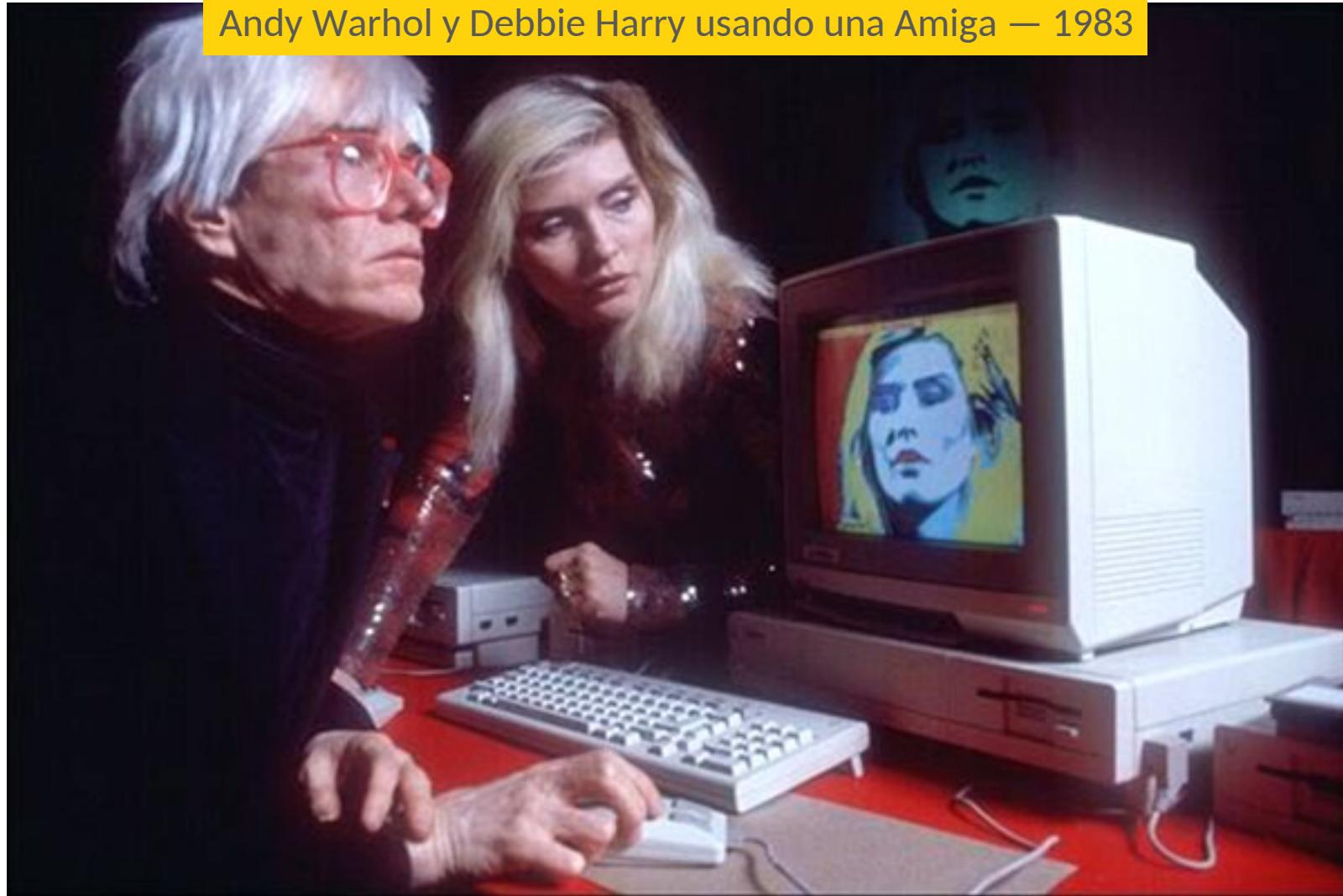




## Obra de Jackson Pollock / El crítico de arte Clement Greenberg

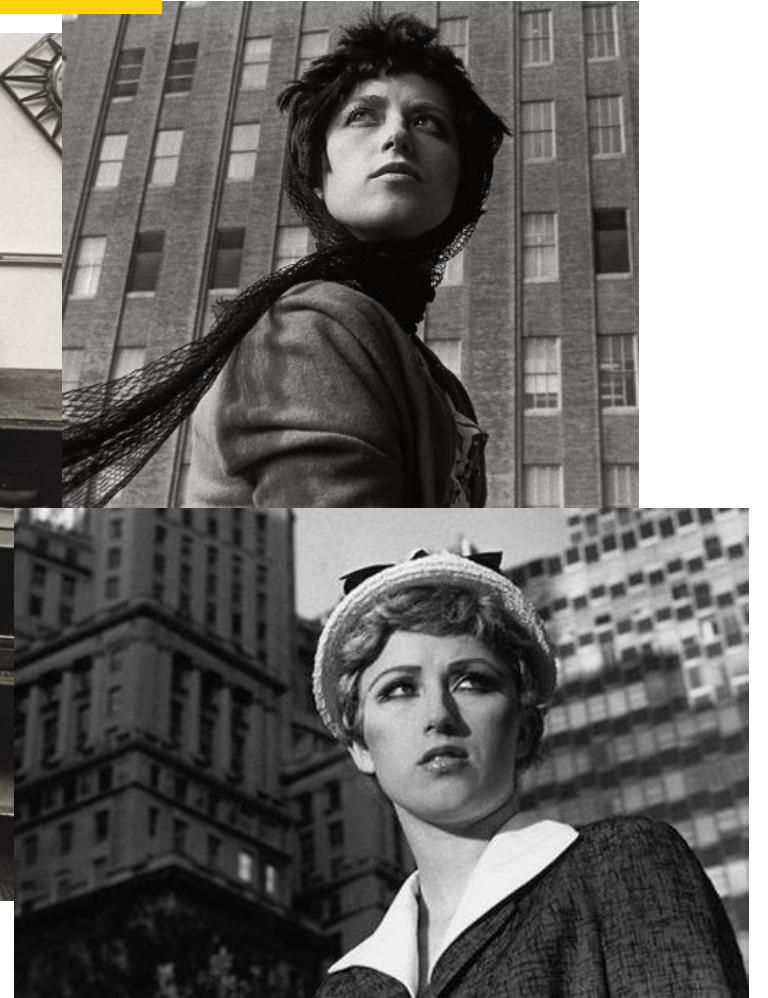


Andy Warhol y Debbie Harry usando una Amiga — 1983





## Series fotográficas de Cindy Sherman





- **Medios fríos:** baja resolución/definición. Requiere participación activa porque la información es escasa. Activa el sensorio en una proporciones repartidas (no se enfoca en un solo sentido, sino que involucra a varios de ellos). Un ejemplo es el tacto (la televisión antigua como un braile de luz).
- **Medios calientes:** alta definición/definición. Gran cantidad de información, poca incertidumbre. Requiere porca participación y activa limitadamente el sensorio (se enfoca en pocos sentidos).
- **Medios hiper-calientes:** extrema pasividad, cultura de la satisfacción inmediata, descarga cognitiva, contenidos cortos.

Medio	Temperatura	Participación	Explicación "McLuhiana"
Prensa Impresa	Caliente	Baja	Alta definición de texto; excluye otros sentidos y privilegia el análisis individual.
Prensa en Línea	Tibia	Media	Los hipervínculos y comentarios rompen la linealidad, hay que "navegar" y elegir.
TV Antigua (Tubo)	Fría	Alta	Imagen de baja definición; el cerebro debe "cerrar" la imagen constantemente.
TV Contemporánea	Caliente	Baja	Entrega tanta información que el espectador se vuelve un receptor pasivo.
Radio	Caliente	Baja	Satura el oído con alta definición; no deja espacio para la participación visual.
Podcast	Fría	Alta	A diferencia de la radio, el nicho y el formato largo invitan a una escucha atenta y situada.
Reels / TikTok	Hiper-Caliente	Nula	Información ultra-rápida y completa; el usuario solo recibe sin tiempo de procesar.
Videos de YouTube	Tibia	Media	Varía según el contenido, pero la interfaz permite saltar, comentar y buscar. Tiene formatos relativamente largos.
Blogs	Tibia	Media	Requiere que el lector despliegue el sentido del texto y participe en una conversación.
Publicidad Exterior	Caliente	Baja	Diseñada para una lectura rápida e inmediata que no permite la reflexión.
Videojuegos	Hiper-Fría	Muy alta	El medio no existe si el jugador no actúa, requiere elecciones.
WhatsApp (Chat)	Hiper-Fría	Alta	El texto breve y los emojis son "baja definición"; el usuario pone el tono y la intención.
Cómics	Fría	Alta	El lector debe "animar" mentalmente lo que sucede entre una viñeta y otra.
Fanzines	Fría	Alta	Su estética inacabada o ruda exige que el lector se involucre con la materialidad.