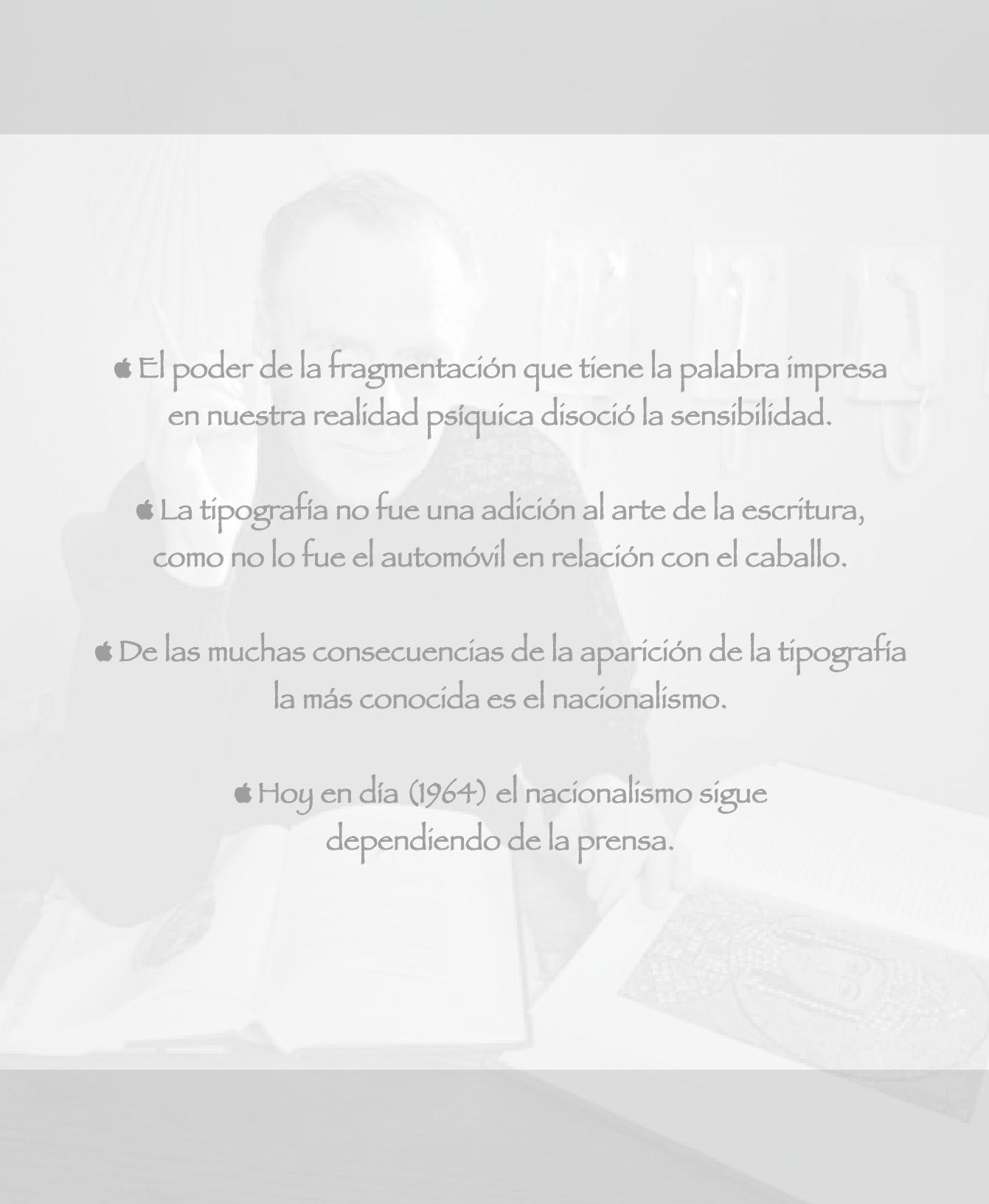


- 
- La imprenta con tipos móviles fue la primera mecanización de una artesanía.
 - La explosión tipográfica extendió las mentes y las voces del hombre y lo puso en una escala que ha unido las edades.
 - Los dos primeros siglos de imprenta de tipos móviles fueron motivados por el deseo de ver libros antiguos y medievales.
 - Más de la mitad de los libros impresos en 1700 eran antiguos y medievales.
 - Como cualquier otra extensión del cuerpo la palabra impresa tuvo consecuencias mentales y sociales.
 - Socialmente la extensión tipográfica del hombre creo nacionalismo, industrialismo, mercados masificados y la educación.

CAPÍTULO XVIII

LA PALABRA IMPRESA Arquitectura del nacionalismo

- 
- El poder de la fragmentación que tiene la palabra impresa en nuestra realidad psíquica disoció la sensibilidad.
 - La tipografía no fue una adición al arte de la escritura, como no lo fue el automóvil en relación con el caballo.
 - De las muchas consecuencias de la aparición de la tipografía la más conocida es el nacionalismo.
 - Hoy en día (1964) el nacionalismo sigue dependiendo de la prensa.

CAPÍTULO XVIII

LA PALABRA IMPRESA Arquitectura del nacionalismo

CAPÍTULO XIX

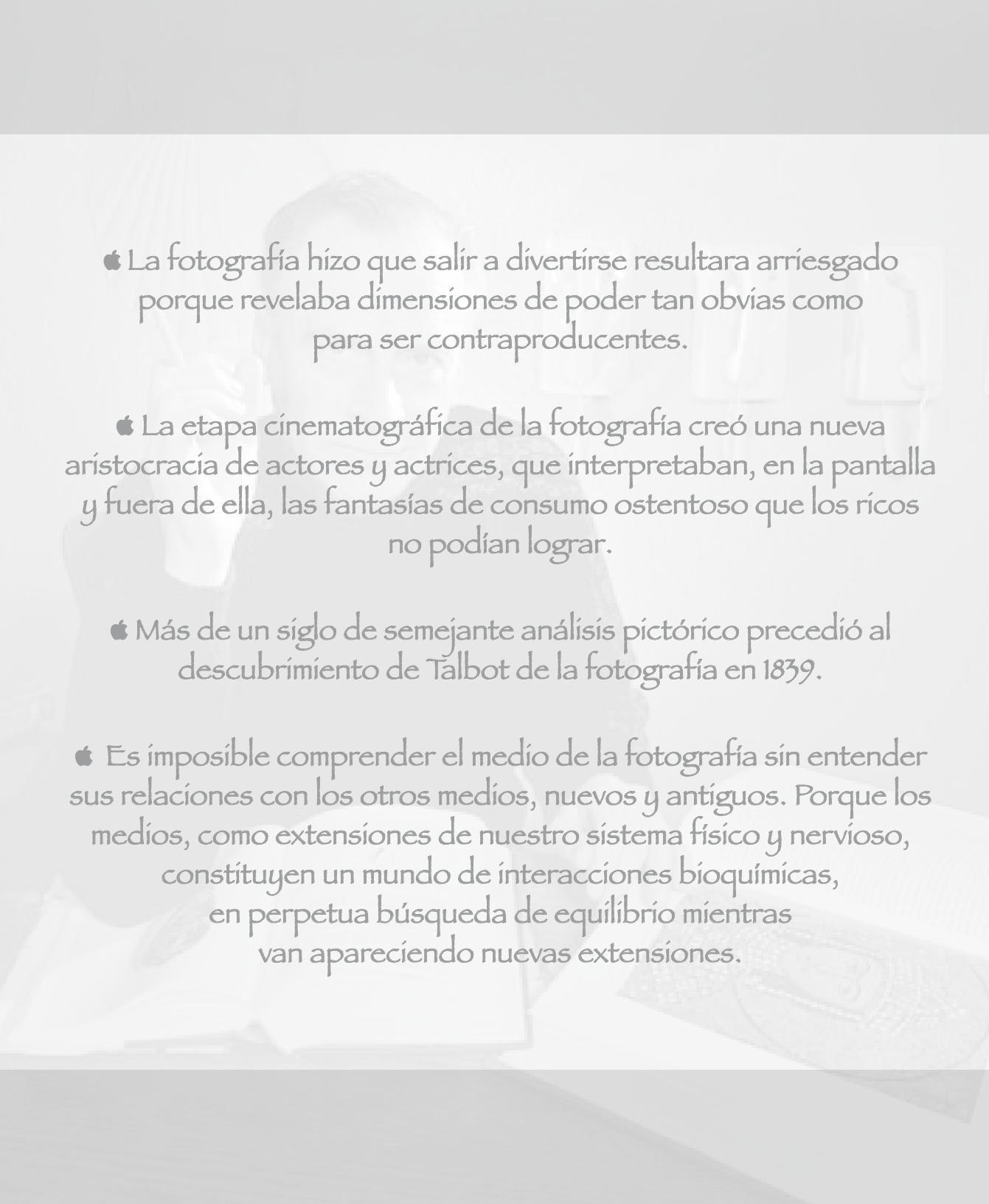
LA RUEDA, LA BICICLETA Y EL AVIÓN

- 
- La amplificación de una de nuestras posturas corporales se explican por una ansía de poder.
 - La necesidad de almacenamiento y portabilidad puede apreciarse fácilmente en vasijas jarrones y el fuego, explican la necesidad de tener y contener el poder.
 - La principal característica de las herramientas es el ahorro gestual.
 - Una de las más avanzadas aplicaciones de la rueda es en la cámara y el cine.
 - La rueda es un sustituto absoluto de los pies.
 - La rueda hizo la carretera y acercó a distintos poblados.

- 
- El puntillismo vino a marcar una época fundamental para pasar a la fotografía, con la daguerrotípia.
 - El género surrealista nació debido a que el autor ya no podía seguir describiendo objetos o acontecimientos a lectores que ya sabían lo que estaba pasando gracias a la fotografía, la prensa, el cine y la radio.
 - La fotografía revela versatilidad en las posturas y estructuras inmovilizadas. Tal es el caso del vuelo de las aves.
 - La fotografía crea un mundo de acelerada transitoriedad.
 - Para la conciencia no formada, toda lectura, película o viaje supone una experiencia igual de banal y vacía.
 - Todos los medios existen para conferir percepción artificial y valores arbitrarios a nuestra vida.

CAPÍTULO XX

LA FOTOGRAFÍA El burdel sin muros



● La fotografía hizo que salir a divertirse resultara arriesgado porque revelaba dimensiones de poder tan obvias como para ser contraproducentes.

● La etapa cinematográfica de la fotografía creó una nueva aristocracia de actores y actrices, que interpretaban, en la pantalla y fuera de ella, las fantasías de consumo ostentoso que los ricos no podían lograr.

● Más de un siglo de semejante análisis pictórico precedió al descubrimiento de Talbot de la fotografía en 1839.

● Es imposible comprender el medio de la fotografía sin entender sus relaciones con los otros medios, nuevos y antiguos. Porque los medios, como extensiones de nuestro sistema físico y nervioso, constituyen un mundo de interacciones bioquímicas, en perpetua búsqueda de equilibrio mientras van apareciendo nuevas extensiones.

CAPÍTULO XX

LA FOTOGRAFÍA El burdel sin muros

CAPÍTULO XXI

LA PRENSA Gobernar mediante filtraciones a la prensa

- A medida que aumenta la velocidad de la información, los políticos tienen tendencia a dejar de lado la representación y delegación de los electores a favor de la implicación inmediata de toda la comunidad en los actos centrales de la decisión.
- La prensa es una forma confesional colectiva que proporciona una participación comunal.
- Así como la página del libro revela las interioridades de las aventuras mentales de su autor, la página de prensa revela las interioridades de la comunidad en acción e interacción.
- Al final de la edad mecánica, la gente seguía pensando que la prensa, la radio e incluso la televisión eran meramente formas de información pagadas por los constructores y usuarios de «bienes» como coches, jabones y gasolina.
- Las primeras etapas de la transformación de la información en bien de consumo esencial de la edad eléctrica quedaron oscurecidas por las maneras en que la publicidad y los entretenimientos confundieron a la gente.

CAPÍTULO XXI

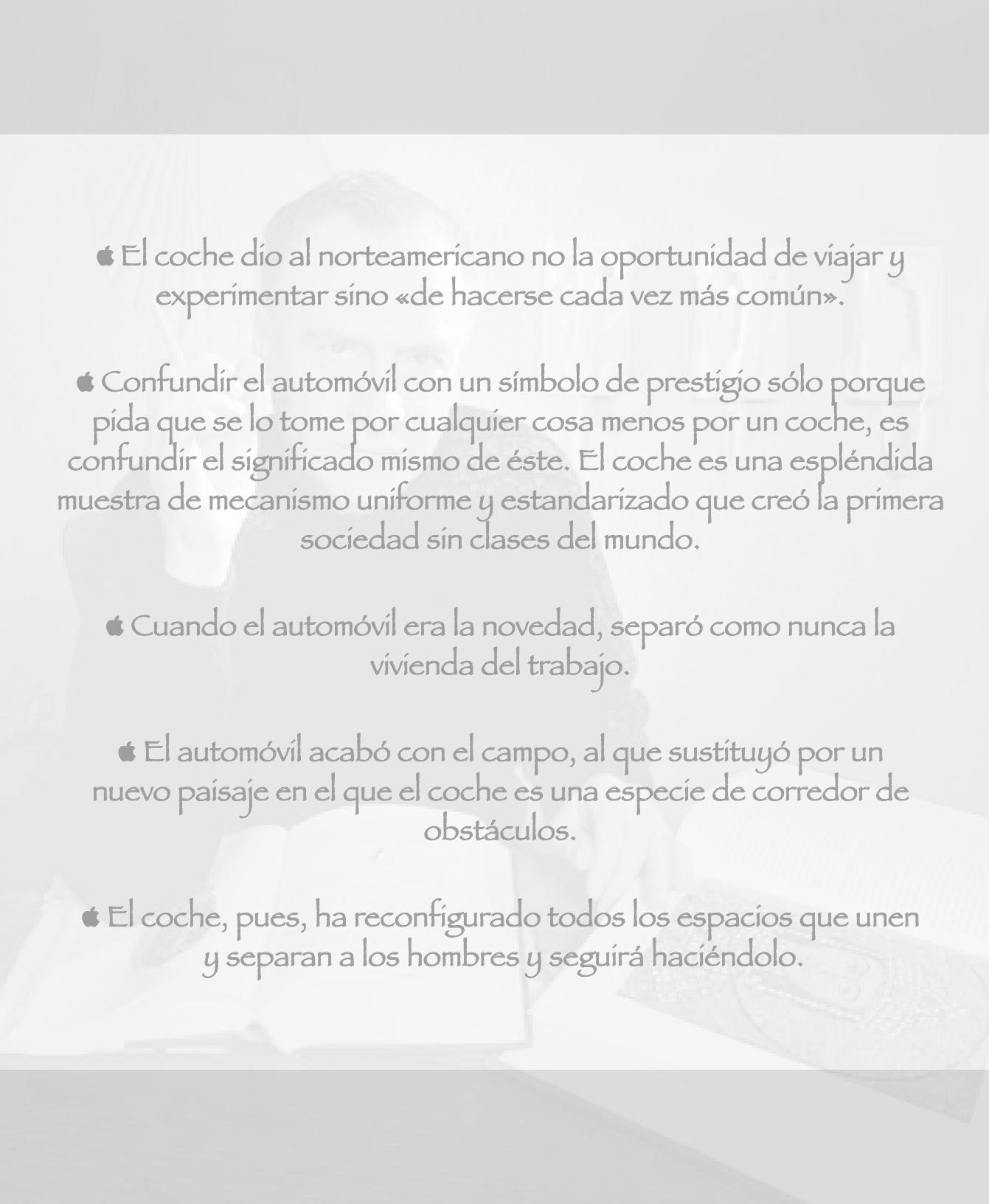
LA PRENSA Gobernar mediante filtraciones a la prensa

- Para contrarrestar el efecto y vender las buenas noticias, obviamente hacen falta muchas malas noticias. Además, el periódico es un medio caliente. Tiene que tener malas noticias para la participación del lector y su propia intensidad.
- La experiencia traducida a otro medio ofrece, literalmente, una deliciosa repetición de una vivencia anterior. La prensa reproduce la emoción que nos procura el empleo de nuestro ingenio, y empleando nuestro ingenio podemos traducir el mundo externo en el tejido de nuestro propio ser.
- La prensa es una acción y ficción diarias, una elaboración cotidiana a partir de casi todo lo que sucede en la comunidad.
- La radio devuelve la sensibilidad tribal y la implicación exclusiva en la trama de vínculos familiares. La prensa, en cambio, crea una especie de unidad visual de baja implicación que invita a la inclusión de muchas tribus y a la diversificación de la perspectiva particular.
- La prensa como imagen colectiva y comunal asume una posición natural de oposición a toda maniobra particular.

- Los norteamericanos le prestan más importancia a llegar a la edad del permiso para conducir, que para votar.
- Hay un creciente sentimiento de malestar respecto al hecho de que los coches se han convertido en los verdaderos moradores de nuestras ciudades, con la consiguiente pérdida de escala humana, tanto en poder como en distancia.
- Es la potencia del coche la que nivela todas las diferencias sociales y convierte al peatón en ciudadano de segunda.
- El hecho básico y obvio del auto- móvil es que, más que cualquier caballo, es una extensión del hombre que convierte a su conductor en un superhombre. Es un medio caliente, explosivo, de comunicación social.
- El coche hizo su labor de nivelación social exclusivamente a través del caballo de vapor. A su vez, el coche produjo carreteras y establecimientos hoteleros que no sólo eran muy parecidos de una punta a otra del país, sino que eran igualmente accesibles a todos.

CAPÍTULO XXII

EL COCHE La novia mecánica

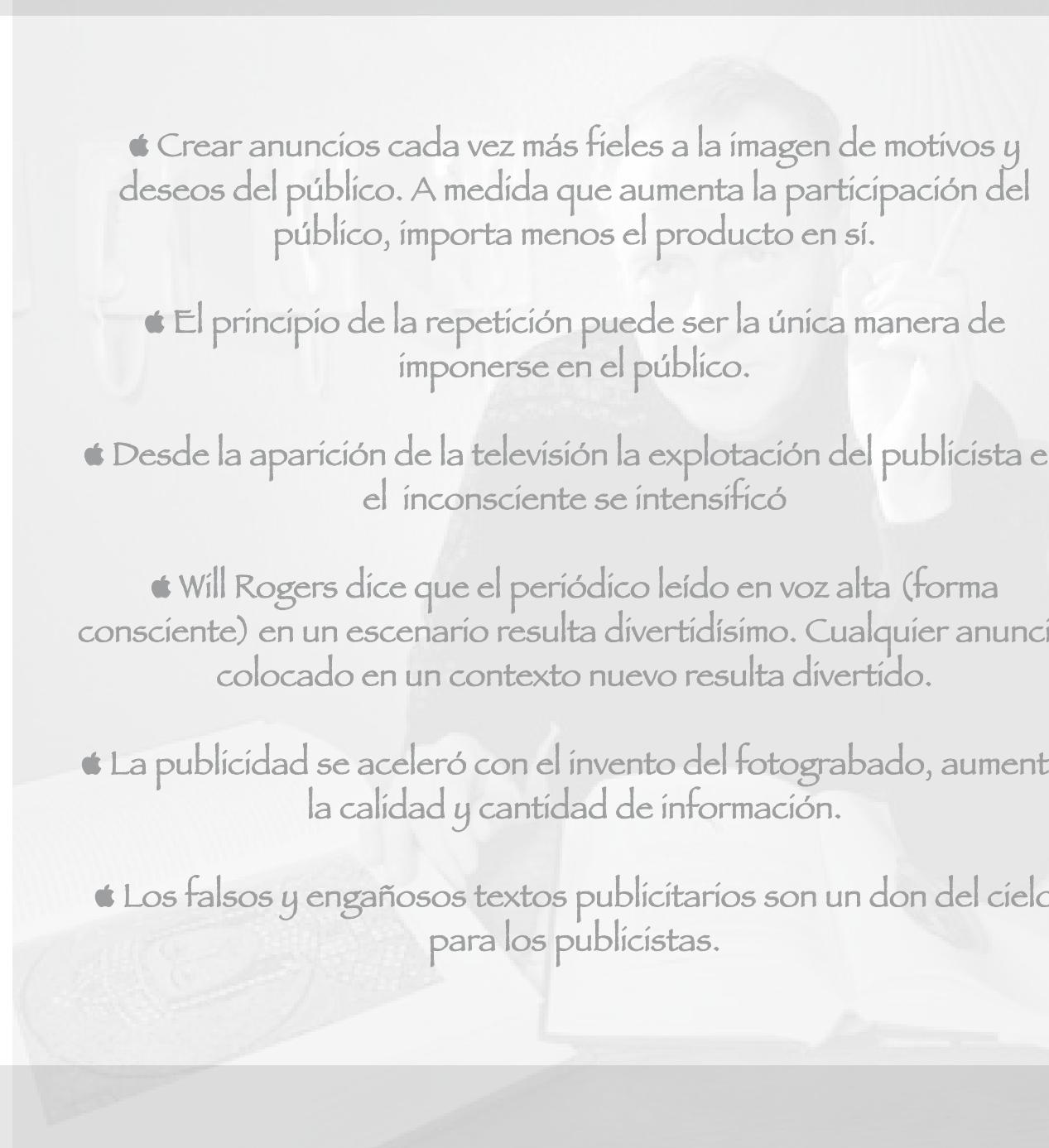
- 
- El coche dio al norteamericano no la oportunidad de viajar y experimentar sino «de hacerse cada vez más común».
 - Confundir el automóvil con un símbolo de prestígio sólo porque pida que se lo tome por cualquier cosa menos por un coche, es confundir el significado mismo de éste. El coche es una espléndida muestra de mecanismo uniforme y estandarizado que creó la primera sociedad sin clases del mundo.
 - Cuando el automóvil era la novedad, separó como nunca la vivienda del trabajo.
 - El automóvil acabó con el campo, al que sustituyó por un nuevo paisaje en el que el coche es una especie de corredor de obstáculos.
 - El coche, pues, ha reconfigurado todos los espacios que unen y separan a los hombres y seguirá haciéndolo.

CAPÍTULO XXII

EL COCHE La novia mecánica

CAPÍTULO XXIII

LA PUBLICIDAD Seguir al nivel del vecino

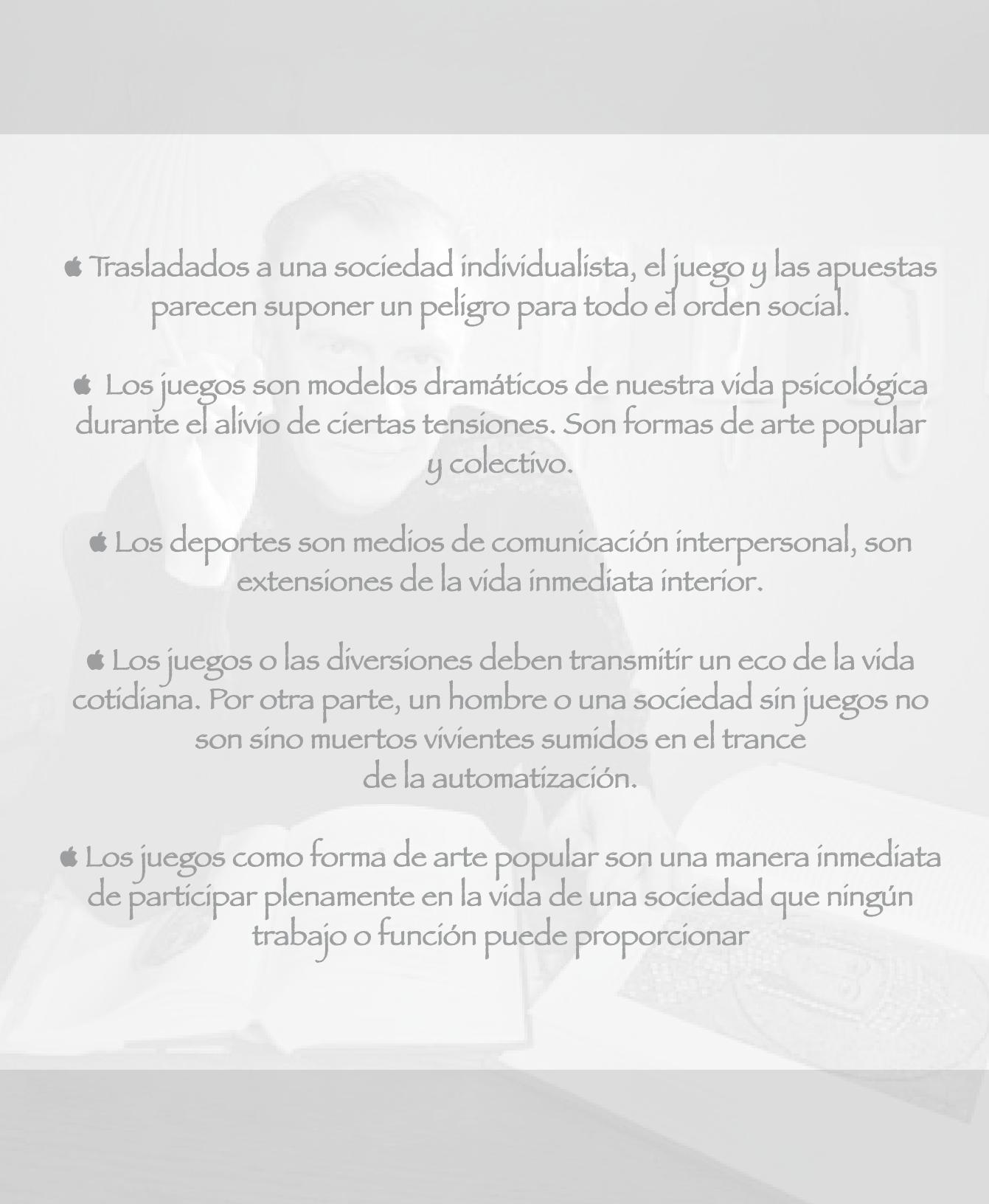
- 
- Crear anuncios cada vez más fieles a la imagen de motivos y deseos del público. A medida que aumenta la participación del público, importa menos el producto en sí.
 - El principio de la repetición puede ser la única manera de imponerse en el público.
 - Desde la aparición de la televisión la explotación del publicista en el inconsciente se intensificó
 - Will Rogers dice que el periódico leído en voz alta (forma consciente) en un escenario resulta divertidísimo. Cualquier anuncio colocado en un contexto nuevo resulta divertido.
 - La publicidad se aceleró con el invento del fotograbado, aumentó la calidad y cantidad de información.
 - Los falsos y engañosos textos publicitarios son un don del cielo para los publicistas.

CAPÍTULO XXIII

LA PUBLICIDAD *Seguir al nivel del vecino*

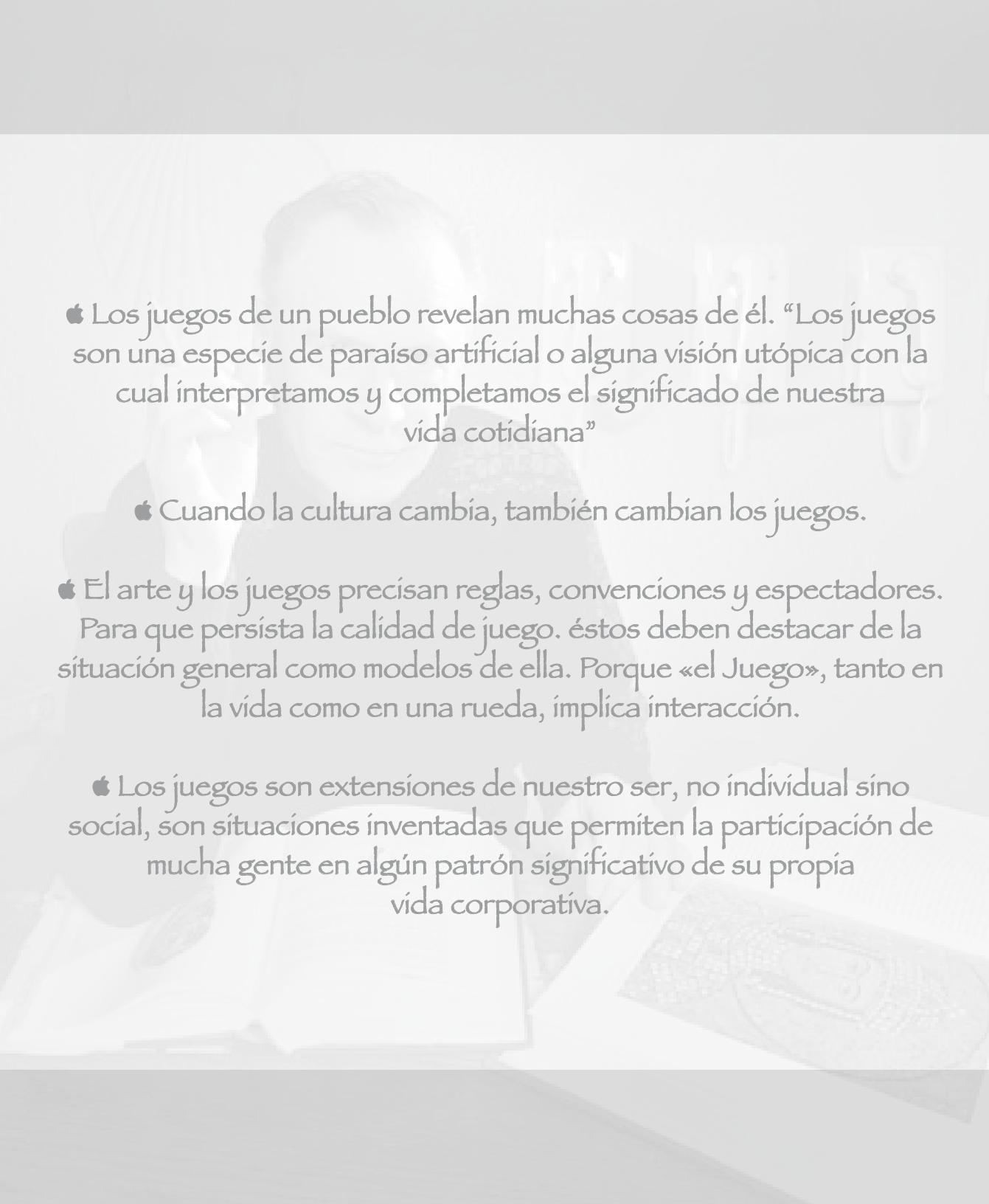


- La publicidad subliminal es una exitosa herramienta para engañar al público.
- Existe una fuerte influencia de los actores o actrices en el cine en nuestra vida cotidiana
- Los medios calientes, animaron mucho a todo el mundo con sus propuestas de “Hágalo usted mismo”.

- 
- Trasladados a una sociedad individualista, el juego y las apuestas parecen suponer un peligro para todo el orden social.
 - Los juegos son modelos dramáticos de nuestra vida psicológica durante el alivio de ciertas tensiones. Son formas de arte popular y colectivo.
 - Los deportes son medios de comunicación interpersonal, son extensiones de la vida inmediata interior.
 - Los juegos o las diversiones deben transmitir un eco de la vida cotidiana. Por otra parte, un hombre o una sociedad sin juegos no son sino muertos vivientes sumidos en el trance de la automatización.
 - Los juegos como forma de arte popular son una manera inmediata de participar plenamente en la vida de una sociedad que ningún trabajo o función puede proporcionar

CAPÍTULO XXIV

LOS JUEGOS Las extensiones del hombre



● Los juegos de un pueblo revelan muchas cosas de él. “Los juegos son una especie de paraíso artifical o alguna visión utópica con la cual interpretamos y completamos el significado de nuestra vida cotidiana”

- Cuando la cultura cambia, también cambian los juegos.
- El arte y los juegos precisan reglas, convenciones y espectadores. Para que persista la calidad de juego, éstos deben destacar de la situación general como modelos de ella. Porque «el Juego», tanto en la vida como en una rueda, implica interacción.
- Los juegos son extensiones de nuestro ser, no individual sino social, son situaciones inventadas que permiten la participación de mucha gente en algún patrón significativo de su propia vida corporativa.

CAPÍTULO XXIV

LOS JUEGOS Las extensiones del hombre

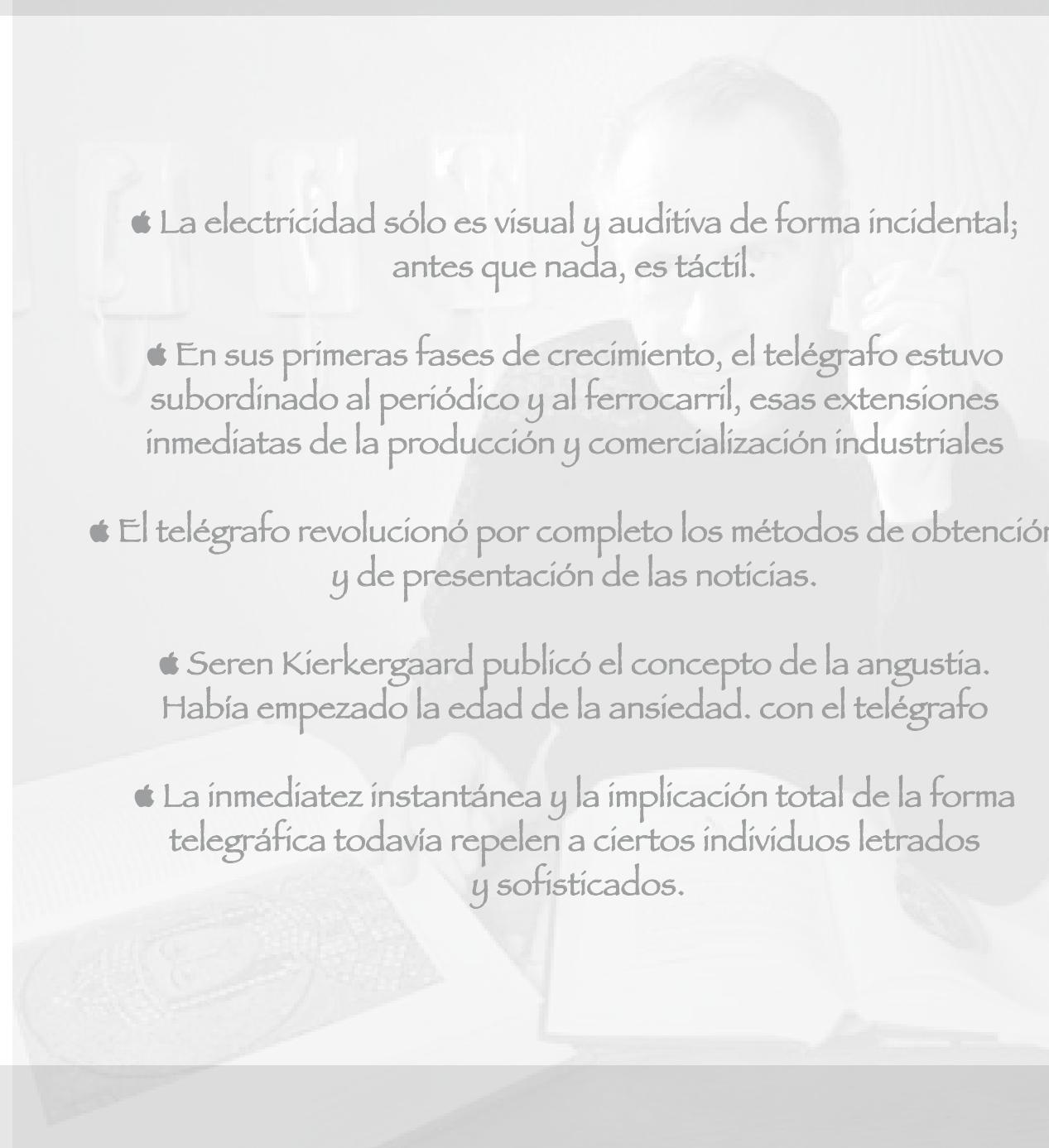
CAPÍTULO XXV

EL TELÉGRAFO La hormona social

- La mecanización de una tarea se hace por segmentación de cada paso de una acción en una serie de partes uniformes, repetibles y móviles
- Vivimos en la Edad de la Información y de la Comunicación porque los medios eléctricos crean, instantáneamente, un campo total de acontecimientos en interacción, en los que participan todos los hombres.
- La electricidad es de carácter orgánico y confirma el vínculo social orgánico con su empleo tecnológico en el telégrafo y el teléfono, la radio y otras formas.
 - La simultaneidad de la comunicación eléctrica, también característica del sistema nervioso, hace que todos nosotros estemos presentes y accesibles para todas las demás personas del mundo.
 - El puntillismo de Seurat, es muy similar a la actual técnica de enviar imágenes por telégrafo y muy parecido a la forma en mosaico de la imagen televisiva.

CAPÍTULO XXV

EL TELÉGRAFO La hormona social

- 
- La electricidad sólo es visual y auditiva de forma incidental; antes que nada, es táctil.
 - En sus primeras fases de crecimiento, el telégrafo estuvo subordinado al periódico y al ferrocarril, esas extensiones inmediatas de la producción y comercialización industriales
 - El telégrafo revolucionó por completo los métodos de obtención y de presentación de las noticias.
 - Seren Kierkegaard publicó el concepto de la angustía. Había empezado la edad de la ansiedad. con el telégrafo
 - La inmediatez instantánea y la implicación total de la forma telegráfica todavía repelen a ciertos individuos letrados y sofisticados.



- 1882 afirmaban que la máquina de escribir podía ser de ayuda para aprender a leer, a escribir, la ortografía y la puntuación.

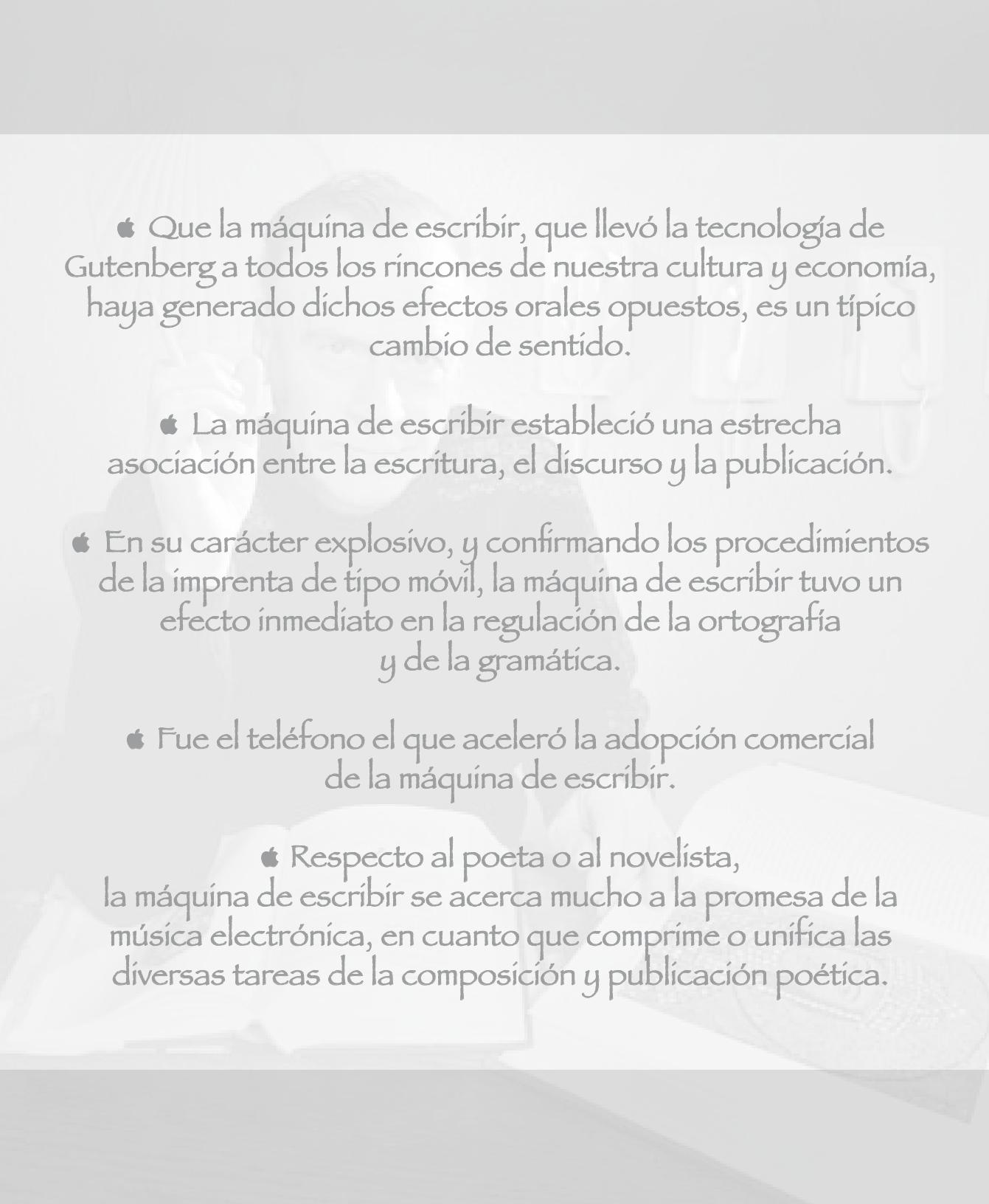
- Charles Olson afirman con elocuencia que la máquina de escribir puede ayudar al poeta a indicar con exactitud la espiración, las pausas, la suspensión incluso de sílabas, la yuxtaposición de partes de frases que se propone; observa que, por primera vez, el poeta tiene el pentágrama y la barra de compás que el músico ha tenido siempre.

- La máquina de escribir, fundiendo escritura y composición, suscita una actitud totalmente nueva hacia la palabra escrita e impresa.

- 1907 era un hábito ya establecido, desarrollo una especie de libertad y magia.

CAPÍTULO XXVI

LA MÁQUINA DE
ESCRIBIR
En la edad del capricho
del hierro

- 
- Que la máquina de escribir, que llevó la tecnología de Gutenberg a todos los rincones de nuestra cultura y economía, haya generado dichos efectos orales opuestos, es un típico cambio de sentido.
 - La máquina de escribir estableció una estrecha asociación entre la escritura, el discurso y la publicación.
 - En su carácter explosivo, y confirmando los procedimientos de la imprenta de tipo móvil, la máquina de escribir tuvo un efecto inmediato en la regulación de la ortografía y de la gramática.
 - Fue el teléfono el que aceleró la adopción comercial de la máquina de escribir.
 - Respecto al poeta o al novelista, la máquina de escribir se acerca mucho a la promesa de la música electrónica, en cuanto que comprime o unifica las diversas tareas de la composición y publicación poética.

CAPÍTULO XXVI

LA MÁQUINA DE
ESCRIBIR
En la edad del capricho
del hierro

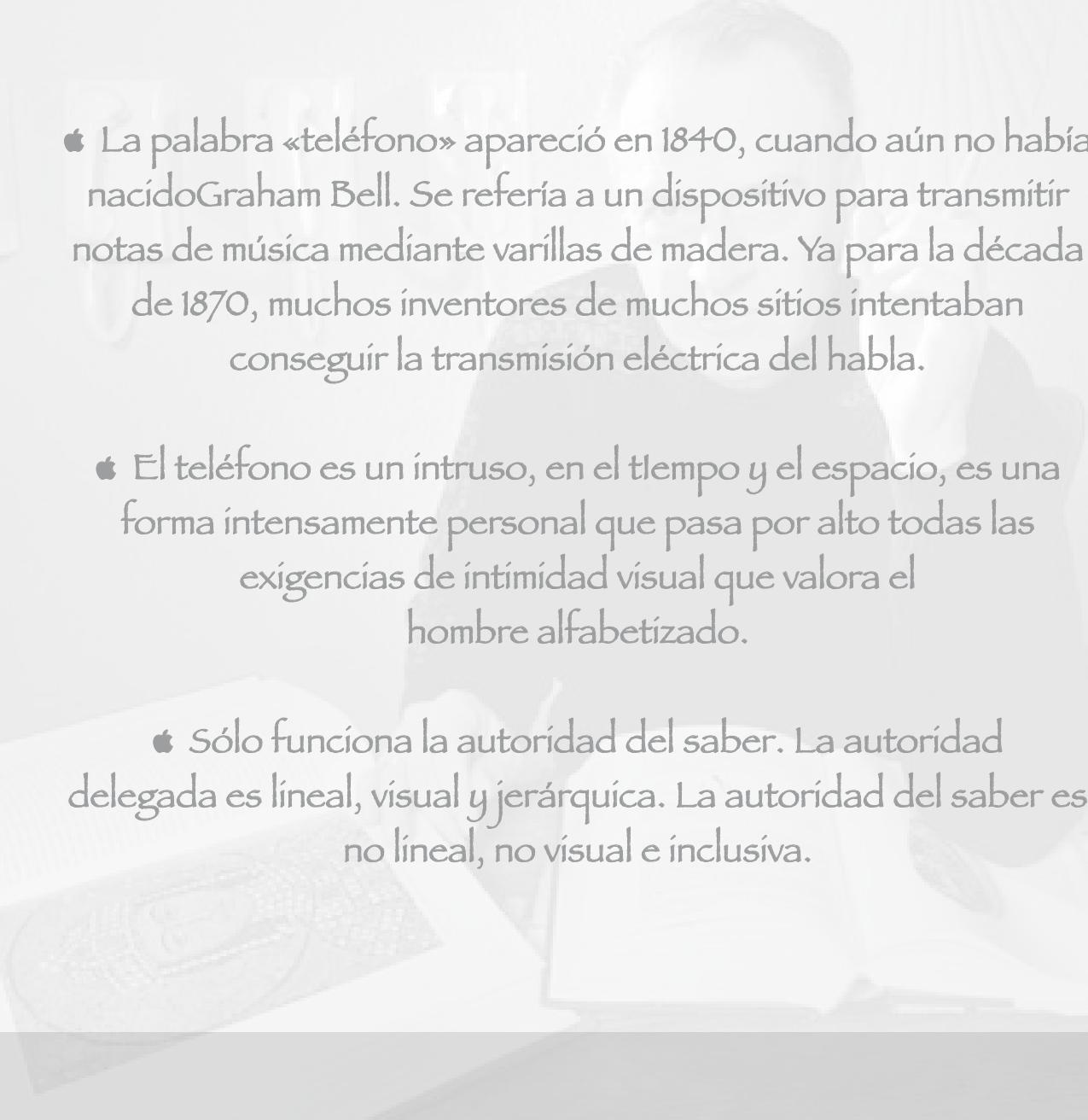
CAPÍTULO XXVII

EL TELÉFONO ¿Instrumento de cobre o símbolo reluciente?

- En el teléfono, se da una extensión del oído y de la voz que se parece a la percepción extrasensorial.
- El poder del teléfono de descentralizar toda operación y poner fin a la guerra de posiciones, a la prostitución localizada.
- El teléfono requiere una participación completa de los sentidos.
- El teléfono brinda una imagen auditiva muy pobre, la reforzamos y la completamos con todos los otros sentidos.
- Cuando la imagen auditiva es de alta definición, como ocurre con la radio, visualizamos la experiencia, o la completamos con el sentido de la vista. Cuando la imagen visual es de alta definición o intensidad, la completamos poniéndole sonido.

CAPÍTULO XXVII

EL TELÉFONO ¿Instrumento de cobre o símbolo reluciente?

- 
- La palabra «teléfono» apareció en 1840, cuando aún no había nacido Graham Bell. Se refería a un dispositivo para transmitir notas de música mediante varillas de madera. Ya para la década de 1870, muchos inventores de muchos sitios intentaban conseguir la transmisión eléctrica del habla.
 - El teléfono es un intruso, en el tiempo y el espacio, es una forma intensamente personal que pasa por alto todas las exigencias de intimidad visual que valora el hombre alfabetizado.
 - Sólo funciona la autoridad del saber. La autoridad delegada es lineal, visual y jerárquica. La autoridad del saber es no lineal, no visual e inclusiva.



● Orígenes se remontan al telégrafo eléctrico y al teléfono, no manifestó su forma y función básicamente eléctricas hasta que el magnetófono lo liberó de los obstáculos mecánicos.

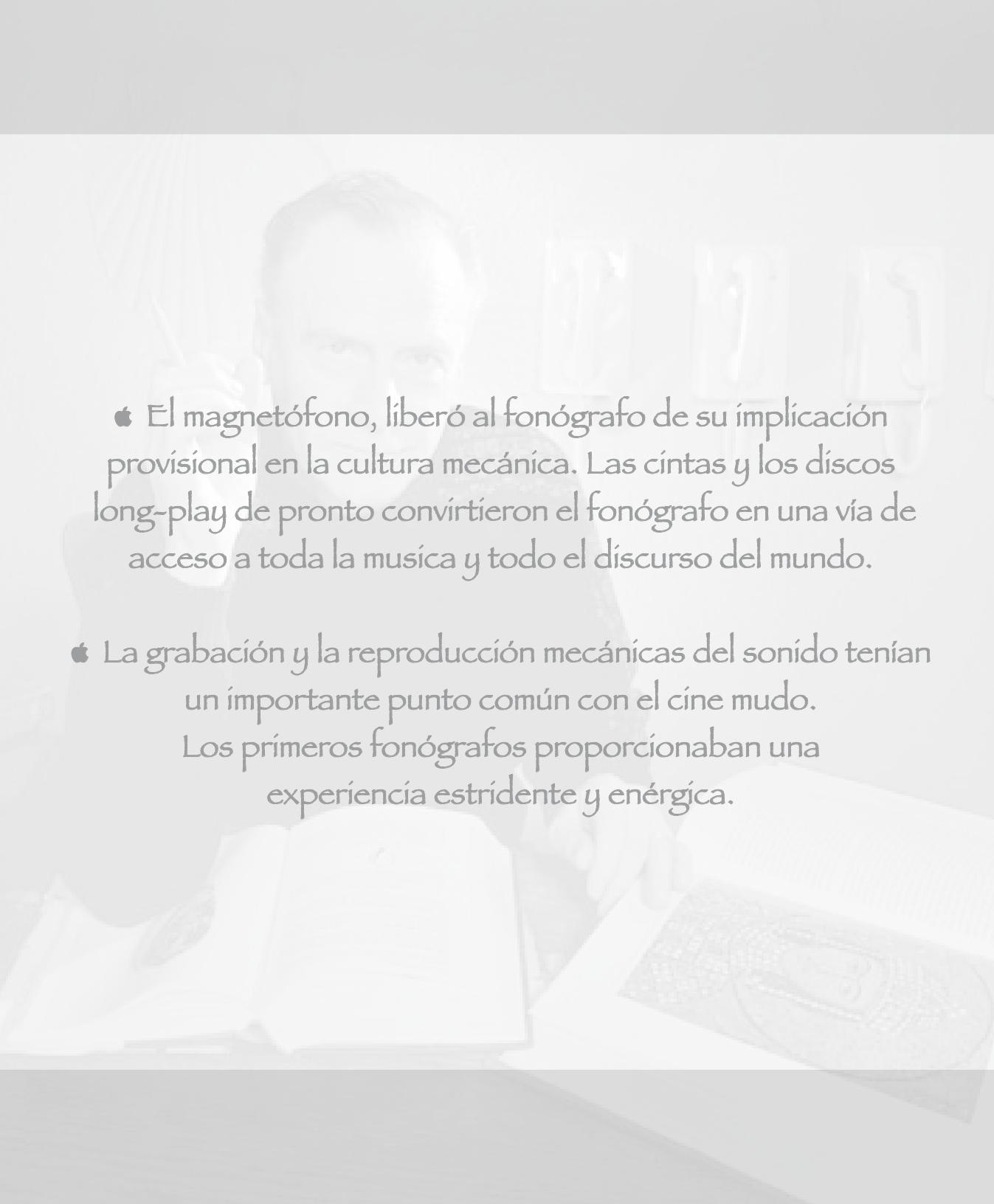
● El fonógrafo es una extensión y amplificación de la voz que bien podría haber mermado la actividad vocal particular, del mismo modo que el automóvil ha reducido la actividad pedestre.

● El fonógrafo es un medio caliente.

● Se le llamo gramófono: Fue concebido como una forma de escritura auditiva, también se le llamó «grafófono», con aguja en vez de lápiz. Resultó especialmente popular la idea de «máquina habladora».

CAPÍTULO XXVIII

EL FONÓGRAFO El juguete que encogió el pecho nacional



- El magnetófono, liberó al fonógrafo de su implicación provisional en la cultura mecánica. Las cintas y los discos long-play de pronto convirtieron el fonógrafo en una vía de acceso a toda la música y todo el discurso del mundo.
- La grabación y la reproducción mecánicas del sonido tenían un importante punto común con el cine mudo. Los primeros fonógrafos proporcionaban una experiencia estridente y energética.

CAPÍTULO XXVIII

EL FONÓGRAFO
*El juguete que
encogió el pecho
nacional*

CAPÍTULO XXIX

EL CINE El mundo en rollos

● En Inglaterra se le llamó bioscopio: de bios, vida, que muestra la vida.

● Existe un vínculo entre la imprenta y el cine en términos de su capacidad para generar fantasías en el espectador o lector.

● El cine supone un alto nivel de alfabetización en sus usuarios y resulta desconcertante para el analfabeto.

● Los indígenas, que tienen muy poco contacto con la lectura fonética y la impresión lineal, tienen que aprender a «ver» las fotografías o el cine del mismo modo que tenemos que aprender a leer.

● Sólo las sociedades sumamente alfabetizadas o abstractas aprenden a fijar la vista, como tenemos que aprender a hacerlo para leer una página impresa. Cuando se fija la vista, la perspectiva funciona.

● El cine tiene el poder de almacenar y transmitir una gran cantidad de información.

CAPÍTULO XXIX

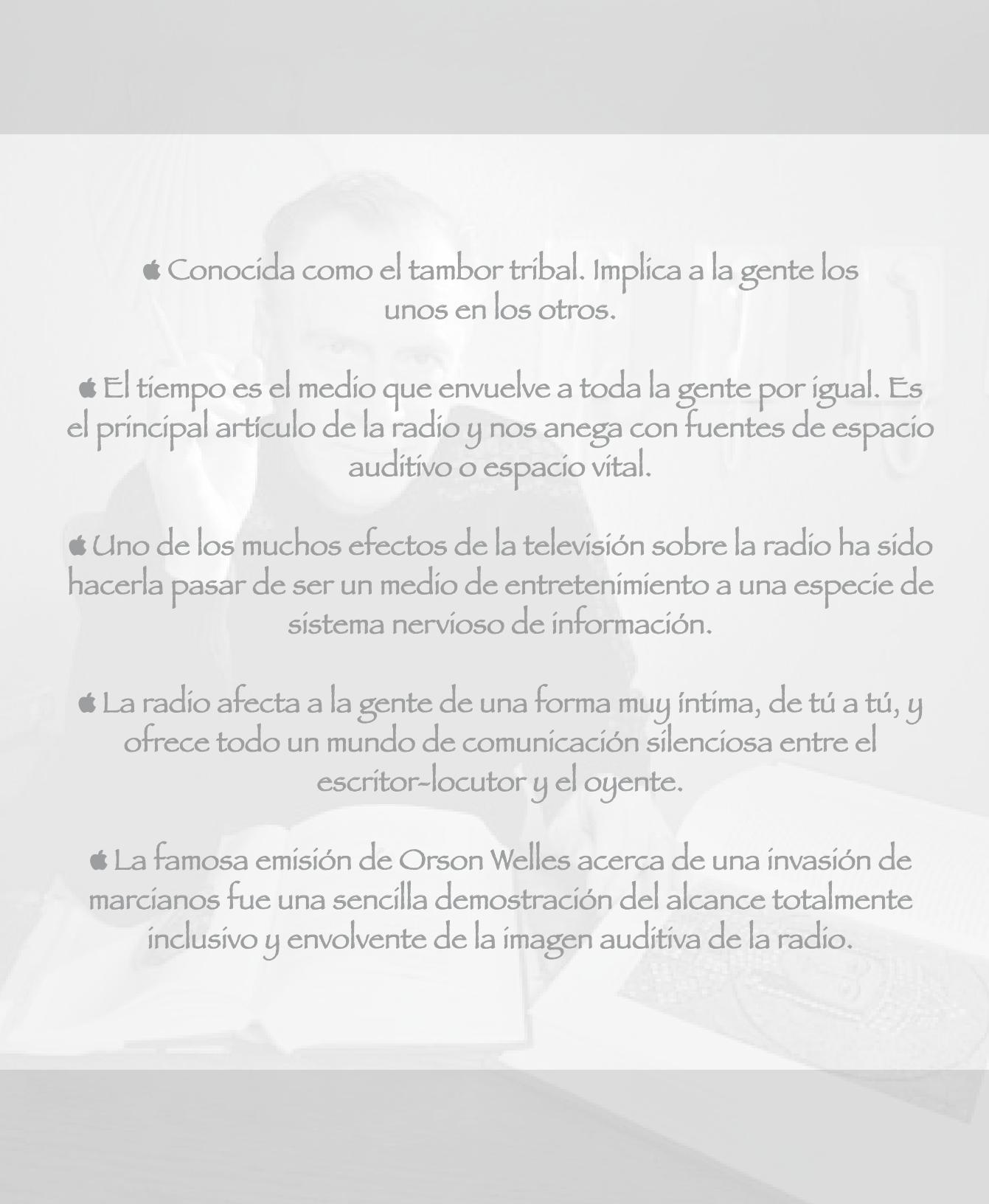
EL CINE El mundo en rollos

● Mediante la ilusión consigue aproximarse a la vida real.

● El cine no sólo es la expresión suprema del mecanicismo, sino que, paradójicamente, ofrece como producto el más mágico de todos los bienes de consumo: los sueños.

● El cine no sólo acompañó la primera gran sociedad de consumo, sino que fue incentivo y publicidad suya y de por sí un importante bien de consumo.

● El cine no es realmente un medio único, como la canción o la palabra escrita, sino una forma de arte colectiva en la que varios individuos dirigen el color, las luces, el sonido, la interpretación y el discurso.



● Conocida como el tambor tribal. Implica a la gente los unos en los otros.

● El tiempo es el medio que envuelve a toda la gente por igual. Es el principal artículo de la radio y nos anega con fuentes de espacio auditivo o espacio vital.

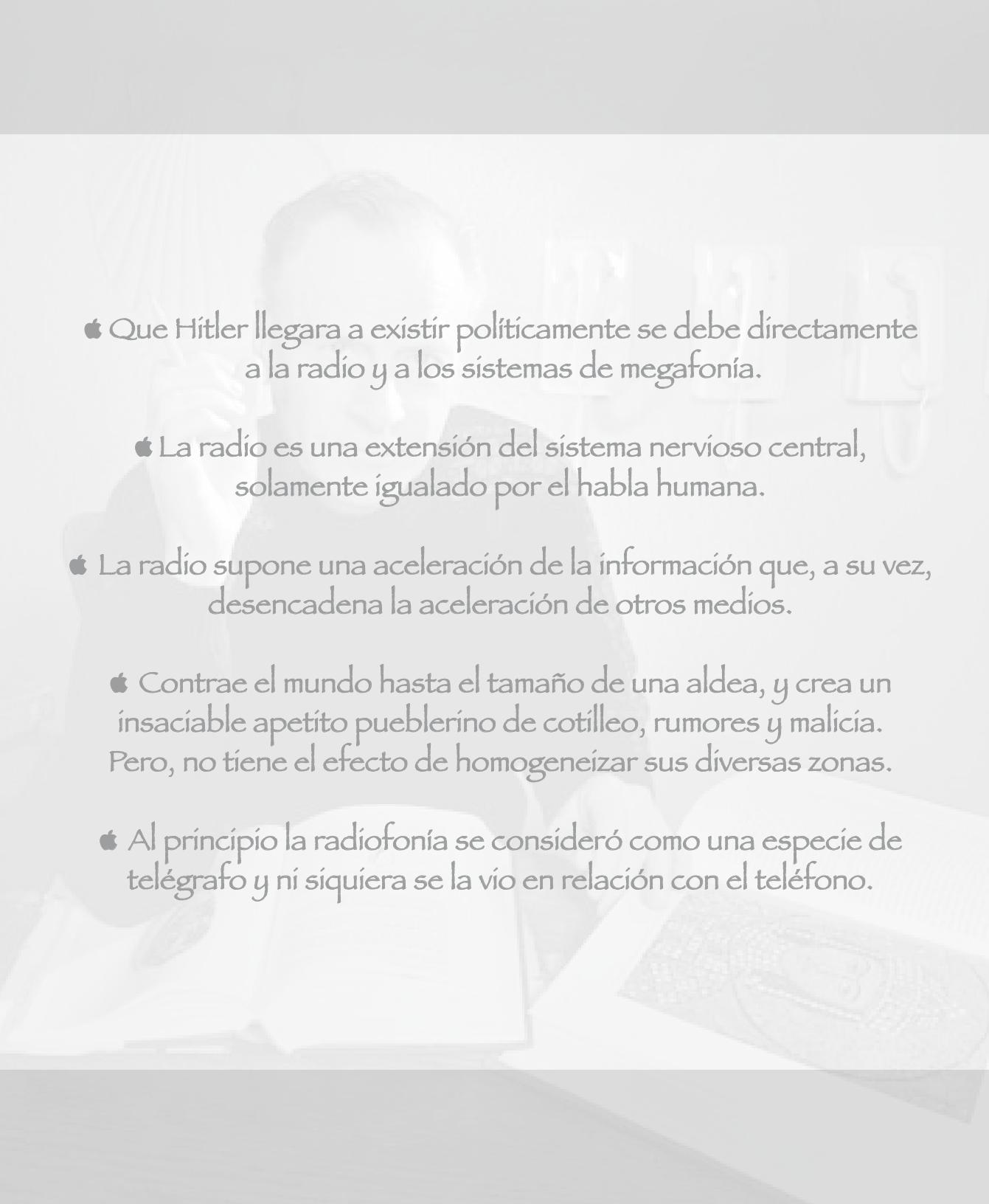
● Uno de los muchos efectos de la televisión sobre la radio ha sido hacerla pasar de ser un medio de entretenimiento a una especie de sistema nervioso de información.

● La radio afecta a la gente de una forma muy íntima, de tú a tú, y ofrece todo un mundo de comunicación silenciosa entre el escritor-locutor y el oyente.

● La famosa emisión de Orson Welles acerca de una invasión de marcianos fue una sencilla demostración del alcance totalmente inclusivo y envolvente de la imagen auditiva de la radio.

CAPÍTULO XXX

LA RADIO El tambor de la tribu

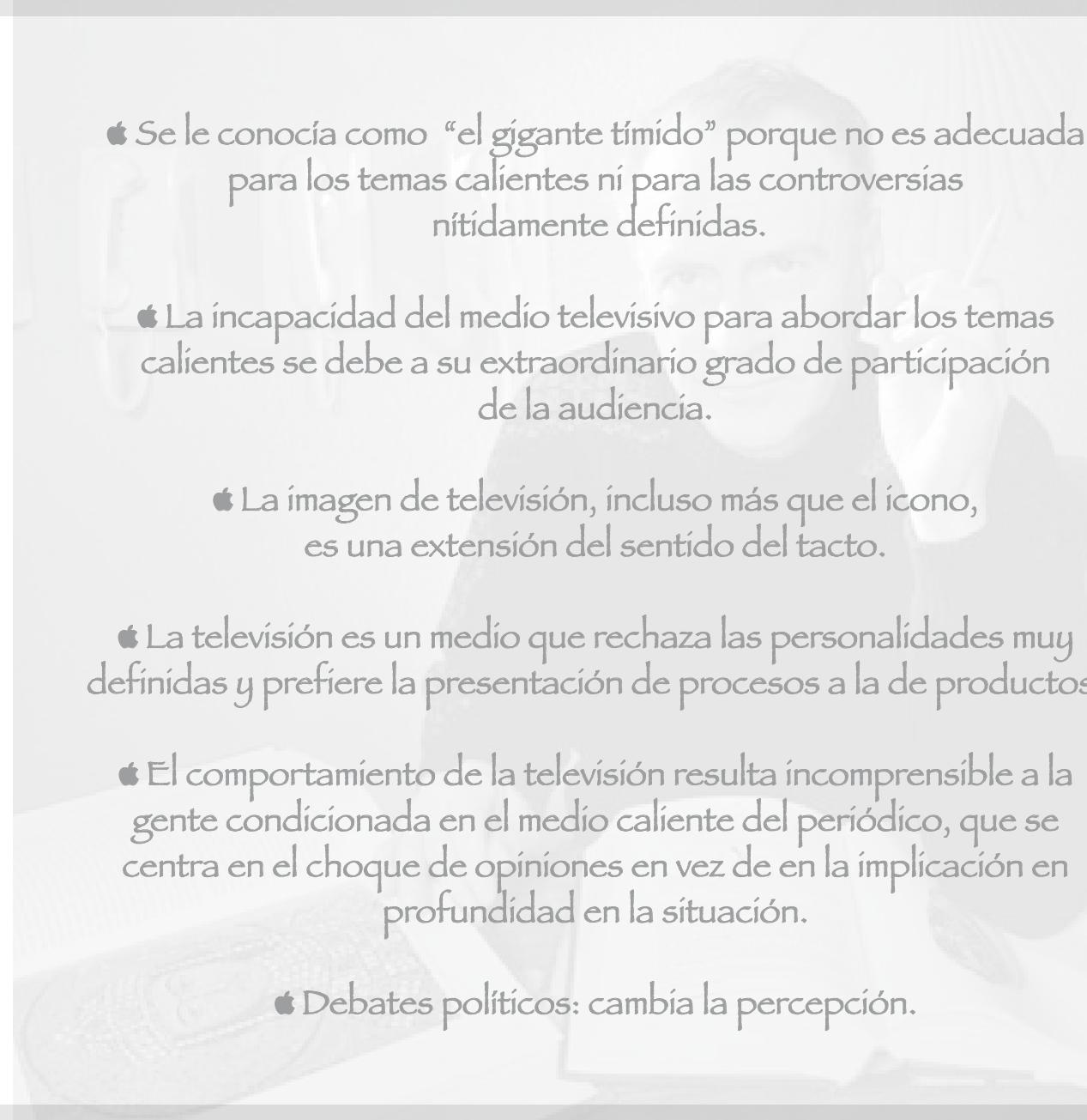
- 
- Que Hitler llegara a existir políticamente se debe directamente a la radio y a los sistemas de megafonía.
 - La radio es una extensión del sistema nervioso central, solamente igualado por el habla humana.
 - La radio supone una aceleración de la información que, a su vez, desencadena la aceleración de otros medios.
 - Contrae el mundo hasta el tamaño de una aldea, y crea un insaciable apetito pueblerino de cotilleo, rumores y malicia. Pero, no tiene el efecto de homogeneizar sus diversas zonas.
 - Al principio la radiofonía se consideró como una especie de telégrafo y ni siquiera se la vio en relación con el teléfono.

CAPÍTULO XXX

LA RADIO El tambor de la tribu

CAPÍTULO XXXI

LA TELEVISIÓN El gigante tímido

- 
- Se le conocía como “el gigante tímido” porque no es adecuada para los temas calientes ni para las controversias nítidamente definidas.
 - La incapacidad del medio televisivo para abordar los temas calientes se debe a su extraordinario grado de participación de la audiencia.
 - La imagen de televisión, incluso más que el ícono, es una extensión del sentido del tacto.
 - La televisión es un medio que rechaza las personalidades muy definidas y prefiere la presentación de procesos a la de productos.
 - El comportamiento de la televisión resulta incomprendible a la gente condicionada en el medio caliente del periódico, que se centra en el choque de opiniones en vez de en la implicación en profundidad en la situación.
 - Debates políticos: cambia la percepción.

CAPÍTULO XXXI

LA TELEVISIÓN El gigante tímido

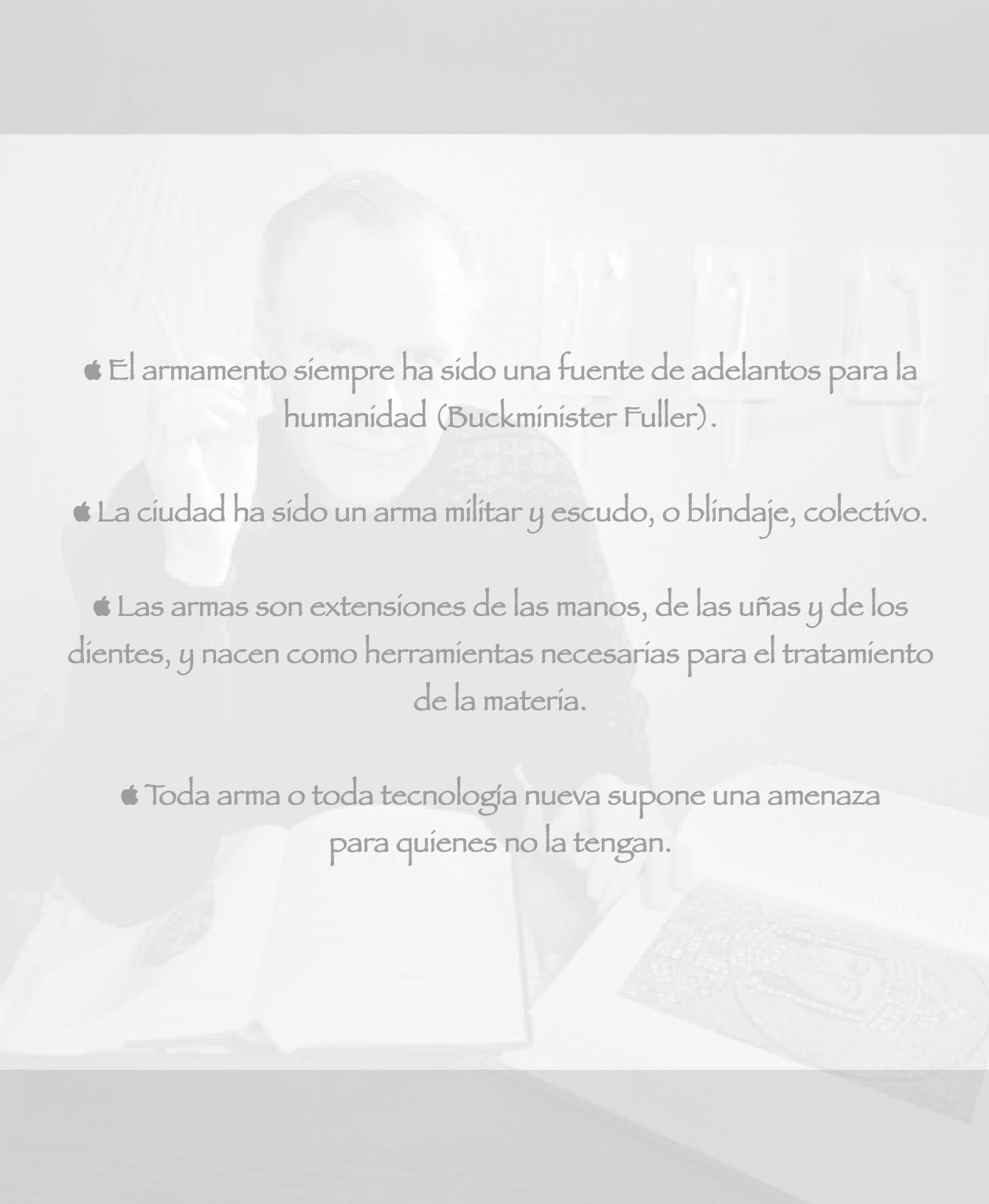
■ El funeral de Kennedy reveló el poder sin igual de la televisión para lograr la implicación de la audiencia en un proceso complejo.

- Cambia patrones de pensamiento y comportamiento.
- Genera un balance diferente de los cinco sentidos.
- La televisión es, sobre todas las cosas, un medio que requiere una respuesta creativa y participante.

- 
- La tinta y la fotografía están sustituyendo a la infantería y a los tanques. Día con día la pluma se hace más fuerte que la espada.
 - Las guerras ideológicas de los siglos XVIII y XIX se libraron convenciendo a individuos, de uno en uno, de adoptar los nuevos puntos de vista.
 - Todas las guerras, en todas las culturas, siempre se han librado con las últimas tecnologías disponibles.
 - Si la flecha es una extensión de la mano y del brazo, el rifle es una extensión del ojo y de los dientes.
 - El desarrollo de las armas de fuego se encuentra asociado con el descubrimiento de la perspectiva y la extensión del poder visual en la alfabetización

CAPÍTULO XXXII

EL ARMAMENTO La guerra de los íconos

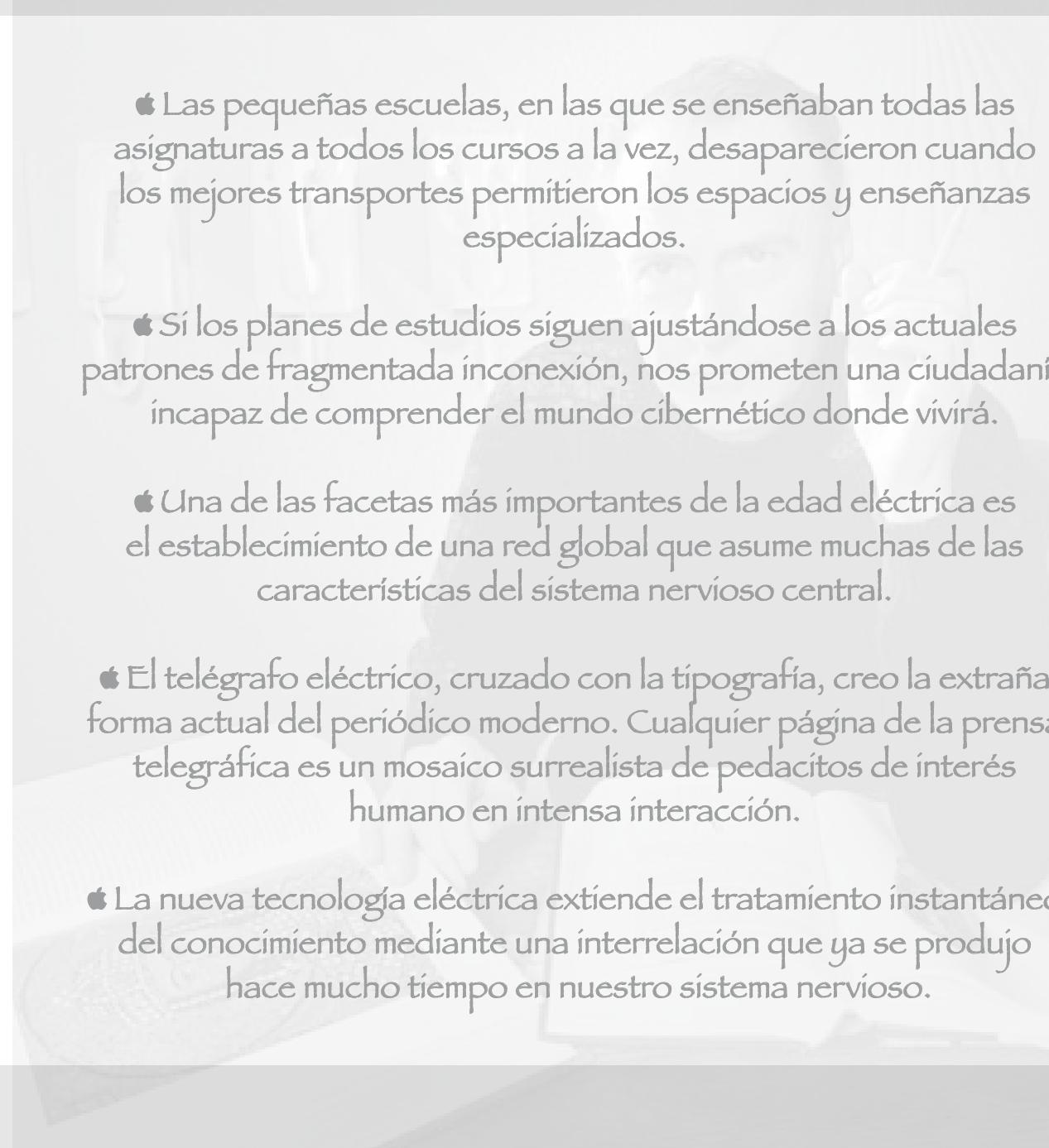
- 
- El armamento siempre ha sido una fuente de adelantos para la humanidad (Buckminster Fuller).
 - La ciudad ha sido un arma militar y escudo, o blindaje, colectivo.
 - Las armas son extensiones de las manos, de las uñas y de los dientes, y nacen como herramientas necesarias para el tratamiento de la materia.
 - Toda arma o toda tecnología nueva supone una amenaza para quienes no la tengan.

CAPÍTULO XXXII

EL ARMAMENTO La guerra de los íconos

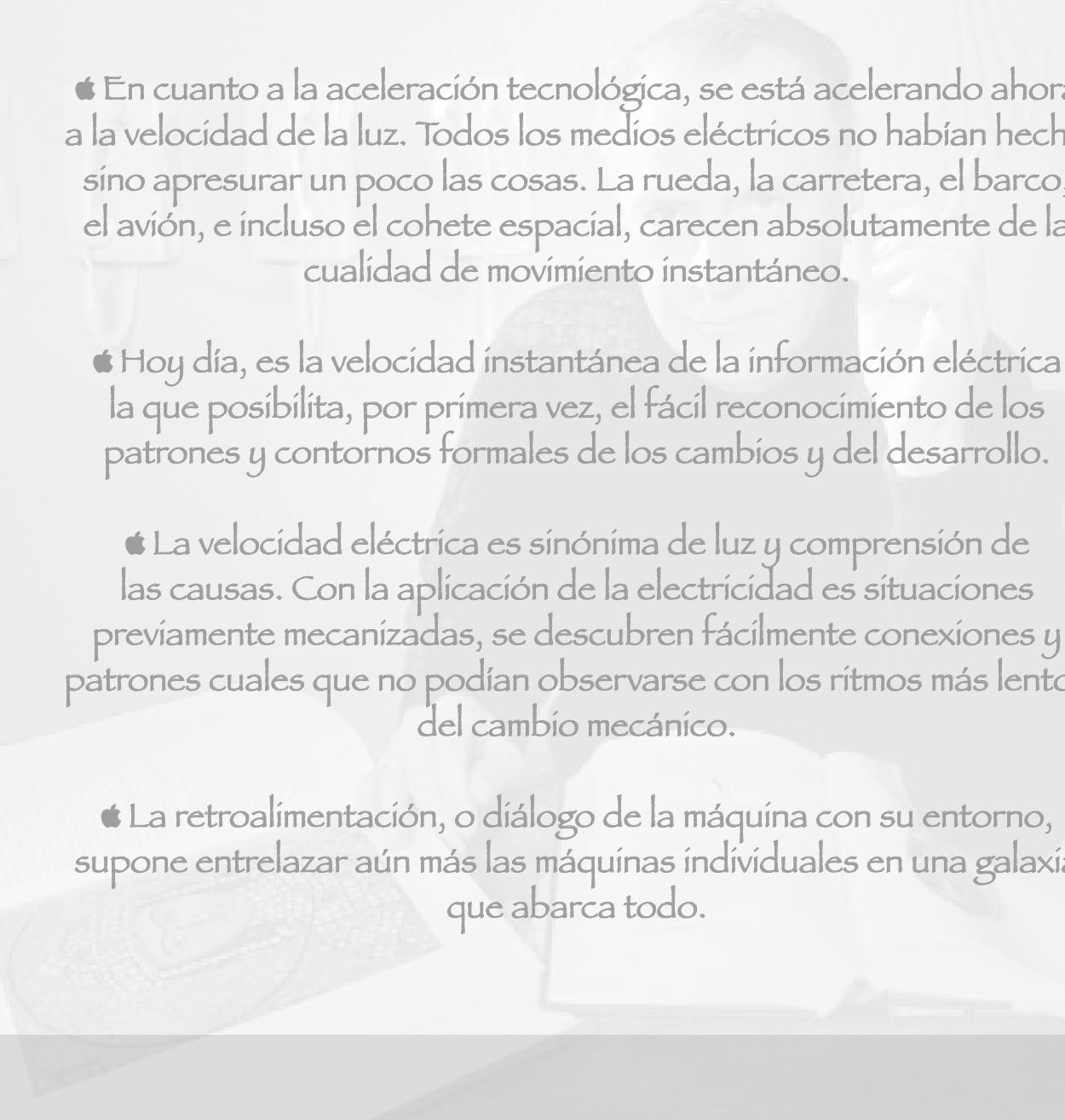
LA AUTOMATIZACIÓN Aprender a vivir

CAPÍTULO XXXIII

- 
- Las pequeñas escuelas, en las que se enseñaban todas las asignaturas a todos los cursos a la vez, desaparecieron cuando los mejores transportes permitieron los espacios y enseñanzas especializados.
 - Si los planes de estudios siguen ajustándose a los actuales patrones de fragmentada inconexión, nos prometen una ciudadanía incapaz de comprender el mundo cibernético donde vivirá.
 - Una de las facetas más importantes de la edad eléctrica es el establecimiento de una red global que asume muchas de las características del sistema nervioso central.
 - El telégrafo eléctrico, cruzado con la tipografía, creo la extraña forma actual del periódico moderno. Cualquier página de la prensa telegráfica es un mosaico surrealista de pedacitos de interés humano en intensa interacción.
 - La nueva tecnología eléctrica extiende el tratamiento instantáneo del conocimiento mediante una interrelación que ya se produjo hace mucho tiempo en nuestro sistema nervioso.

CAPÍTULO XXXIII

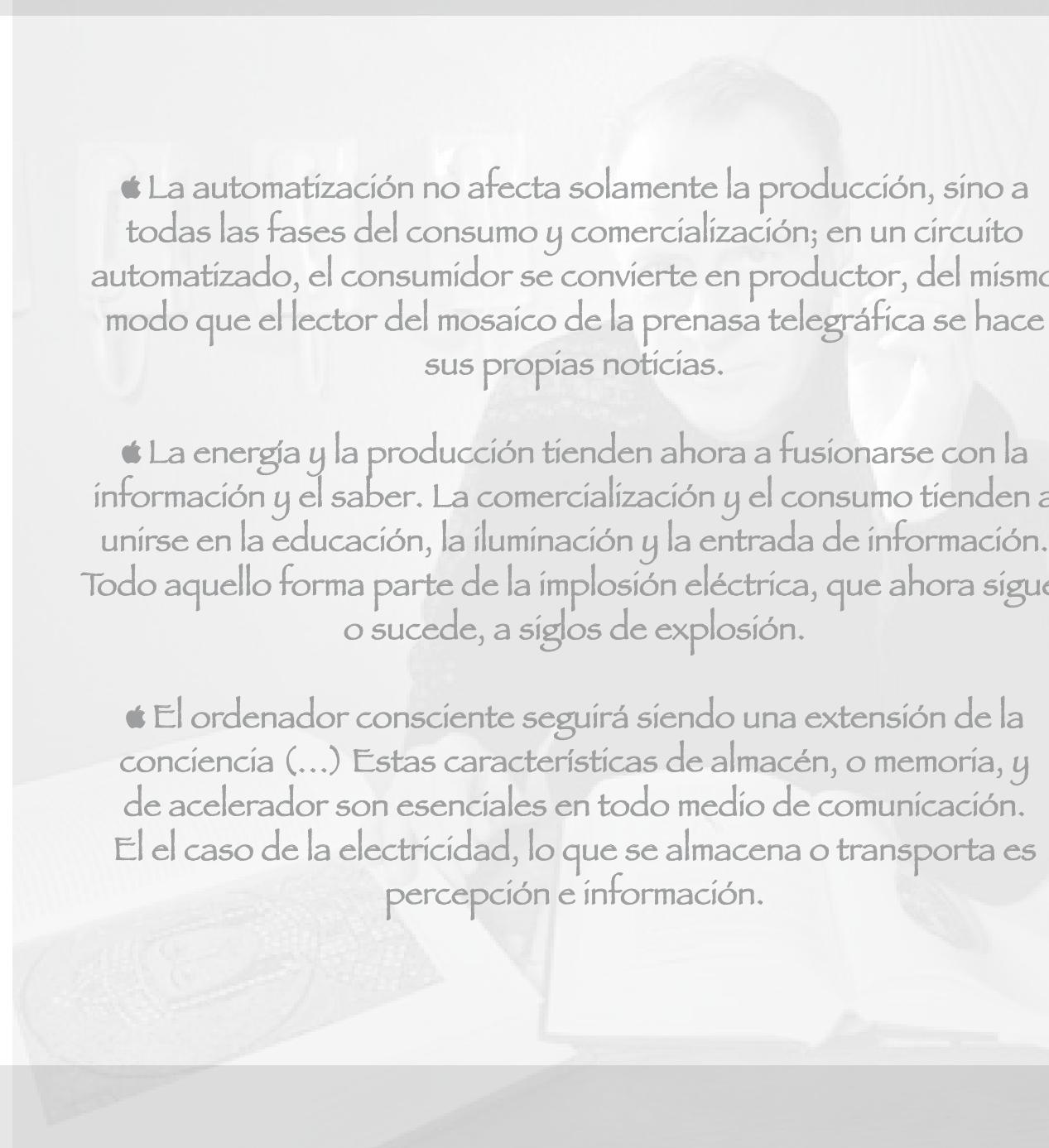
LA AUTOMATIZACIÓN Aprender a vivir

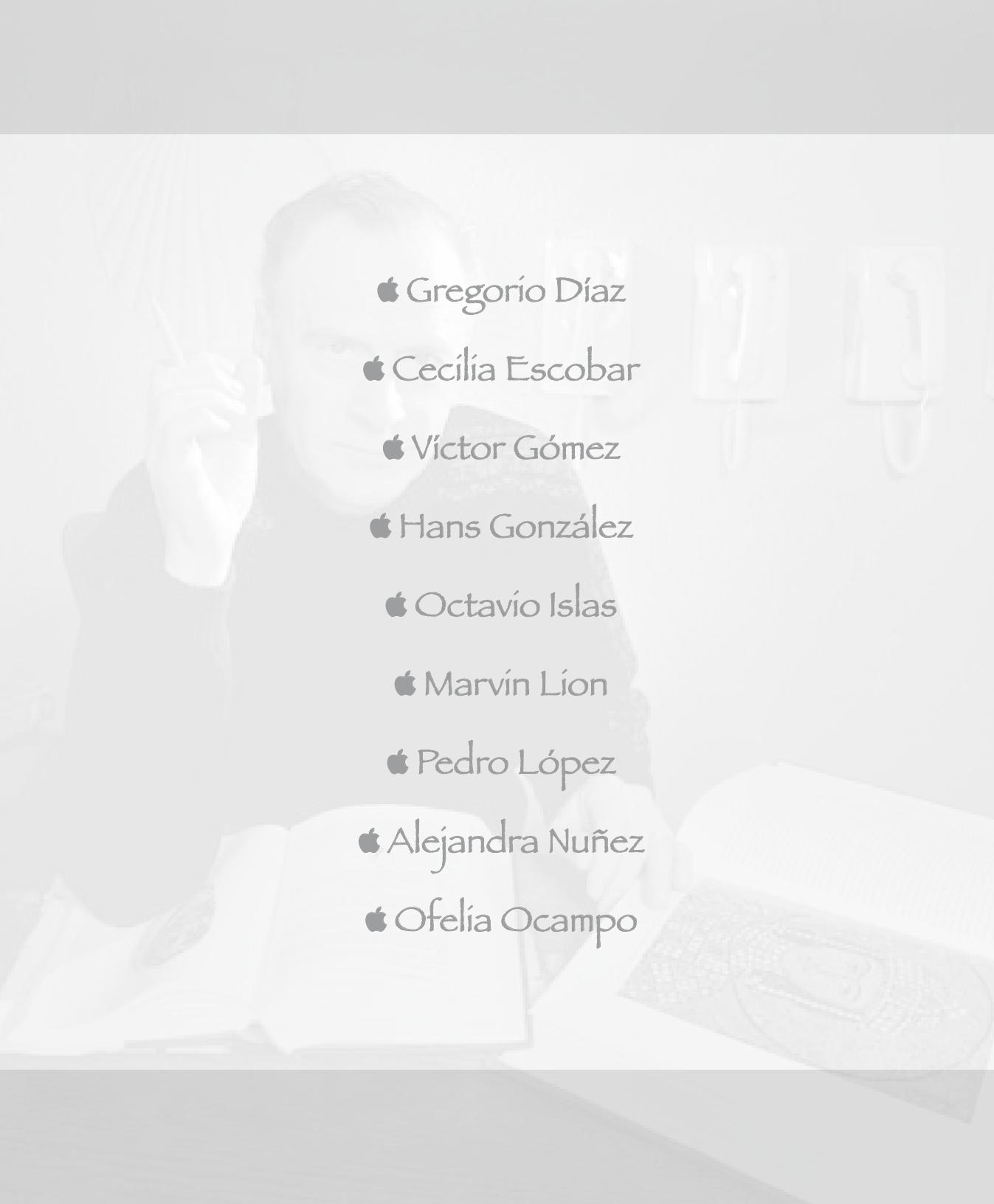
- 
- En cuanto a la aceleración tecnológica, se está acelerando ahora a la velocidad de la luz. Todos los medios eléctricos no habían hecho sino apresurar un poco las cosas. La rueda, la carretera, el barco, el avión, e incluso el cohete espacial, carecen absolutamente de la cualidad de movimiento instantáneo.
 - Hoy día, es la velocidad instantánea de la información eléctrica la que posibilita, por primera vez, el fácil reconocimiento de los patrones y contornos formales de los cambios y del desarrollo.
 - La velocidad eléctrica es sinónima de luz y comprensión de las causas. Con la aplicación de la electricidad es situaciones previamente mecanizadas, se descubren fácilmente conexiones y patrones cuales que no podían observarse con los ritmos más lentos del cambio mecánico.
 - La retroalimentación, o diálogo de la máquina con su entorno, supone entrelazar aún más las máquinas individuales en una galaxia que abarca todo.

LA AUTOMATIZACIÓN

Aprender a vivir

CAPÍTULO XXXIII

- 
- La automatización no afecta solamente la producción, sino a todas las fases del consumo y comercialización; en un circuito automatizado, el consumidor se convierte en productor, del mismo modo que el lector del mosaico de la prensa telegráfica se hace sus propias noticias.
 - La energía y la producción tienden ahora a fusionarse con la información y el saber. La comercialización y el consumo tienden a unirse en la educación, la iluminación y la entrada de información. Todo aquello forma parte de la implosión eléctrica, que ahora sigue, o sucede, a siglos de explosión.
 - El ordenador consciente seguirá siendo una extensión de la conciencia (...) Estas características de almacén, o memoria, y de acelerador son esenciales en todo medio de comunicación. En el caso de la electricidad, lo que se almacena o transporta es percepción e información.



■ Gregorio Díaz

■ Cecilia Escobar

■ Víctor Gómez

■ Hans González

■ Octavio Islas

■ Marvin Lion

■ Pedro López

■ Alejandra Nuñez

■ Ofelia Ocampo

CAPÍTULO XXXIV

PARTICIPANTES