

# Para hacer un clásico, usa dos. *No sense of place* de Joshua Meyrowitz, entre Goffman y McLuhan

To make a classic, use two. *No sense of place* by Joshua Meyrowitz, between Goffman and McLuhan

Marcello Serra

Serra, Marcello (2024). "Para hacer un clásico, usa dos. *No sense of place* de Joshua Meyrowitz, entre Goffman y McLuhan". *Anuario ThinkEPI*, v. 18, e18e36.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2024.e18a36>

Publicado en *IweTel* el 5 de diciembre de 2024

Reseña en clave de "regreso al futuro" de:

Meyrowitz, Joshua (1985). *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 0195034740

## Marcello Serra

<https://www.directorioexit.info/ficha6894>

<https://orcid.org/0000-0002-6412-5078>

Universidad Carlos III de Madrid

[mserra@hum.uc3m.es](mailto:mserra@hum.uc3m.es)



**Resumen:** *No sense of place*, de Joshua Meyrowitz, es un clásico de los estudios sobre la comunicación nunca traducido al español. La obra combina el pensamiento de Marshall McLuhan con la concepción dramaturgica de Erving Goffman, elaborando un modelo original para el análisis de la influencia de los medios de comunicación en los comportamientos sociales. A casi cuarenta años de su publicación, la perspectiva de Meyrowitz nos ayuda a entender fenómenos de estricta actualidad como la crisis del saber experto, la pérdida de liderazgo en la política o la redefinición de los roles de género. Esta longevidad analítica otorga legitimidad a la ambición de considerar los medios de comunicación como una variable fundamental para el estudio de la sociedad y sus transformaciones.

**Palabras clave:** Meyrowitz; Clásico; McLuhan; Goffman; Mediología.

**Abstract:** *No sense of place*, by Joshua Meyrowitz, is a classic of communication studies that has never been translated into Spanish. The work combines the thought of Marshall McLuhan with the dramaturgical conception of Erving Goffman, elaborating an original model for the analysis of the influence of the media on social behavior. Almost forty years after its publication, Meyrowitz's perspective helps us to understand phenomena that are highly topical, such as the crisis of expert knowledge, the loss of leadership in politics or the redefinition of gender roles. This analytical longevity gives legitimacy to the ambition of considering the media as a fundamental variable for the study of society and its transformations.

**Keywords:** Meyrowitz; Classic; McLuhan; Goffman; Mediology.

En 1985 Joshua Meyrowitz tiene 36 años y publica una versión ampliada y reelaborada de su tesis doctoral, leída en 1979 en el marco del programa de doctorado en *Media Ecology* de la *New York University*. El libro se impone rápidamente en Estados Unidos como una referencia para el análisis y el debate sobre los efectos de los medios de comunicación en la sociedad. El título es *No Sense of place. The impact of electronic media on social behavior* y lo citamos en versión original porque no ha sido nunca traducido al español. Hasta la fecha, es el único libro de Meyrowitz, cuyas últimas publicaciones académicas, de acuerdo con las principales bases de datos, se remontan al final de la década pasada. También representa uno de los pocos clásicos del campo de la comunicación, donde la lista de obras esenciales es breve y muy opinable.

Una tal alergia hacia la canonización de los textos se explica en parte por el natural apego de esta área a los asuntos del presente. La urgencia de atrapar al vuelo los continuos cambios mediáticos vuelve difícil cumplir con las expectativas de la famosa definición de Italo Calvino: es clásico lo que persiste como un rumor de fondo incluso allí donde domina la actualidad más incompatible. Y lo mismo vale si se prefiere la versión de Hans-Georg Gadamer, para quien un libro clásico es contemporáneo de todo presente.

En el caso de la obra de Meyrowitz, no es nada fácil sonar moderno si los “nuevos medios” a los que te refieres son el teléfono, la radio y la televisión, que han sido en las últimas décadas fagocitados y re-mediados por el universo digital. Con estas referencias mass-mediáticas, en buena parte ya desvanecidas, Meyrowitz da cuenta sin embargo de fenómenos y tendencias tan vigentes como, por ejemplo: la desconfianza hacia toda clase de expertos; la falta de liderazgo en la clase política; la omnipresente demanda de transparencia; la tendencia a formar redes interpersonales amplias y superficiales (¿has escuchado hablar de redes sociales? Pues, no eran trendy en los 80); el teletrabajo (sí, incluso sin conexión a internet); la redefinición y fluidez de los roles entre hombres y mujeres; la infantilización de la edad madura y, a la vez, su fenómeno contrario.

A veces, leyendo *No sense of place* se encuentran afirmaciones que suenan, según los gustos, hasta proféticas o anacrónicas: “hoy estar ‘desconectado’ significa ser anormal” (Meyrowitz, 1985, p. 147), sentencia Meyrowitz desde un mundo de radios portátiles y teléfonos de disco. Su argumentación, sin embargo, está muy lejos del tono oracular y no hay nada en el texto con sabor a retrofuturo. Al contrario, unas cuatro décadas después, nos ayuda a colocar en un horizonte temporal más amplio una serie de fenómenos que se suelen relacionar, mecánicamente, con la difusión de internet y la telefonía móvil. Además, la sorprendente actualidad de sus páginas sugiere una general validez y resiliencia del modelo interpretativo propuesto.

Al respecto, es interesante observar que la estrategia teórica elegida por Meyrowitz encaja muy bien con la naturaleza mestiza del campo de la comunicación, que se ha construido, históricamente, acogiendo conceptos e investigadores “migrantes”, provenientes de otras áreas de las ciencias sociales, de las ciencias humanas y a veces también de las ciencias duras. En este sentido, es significativo establecer un paralelismo con uno de los textos más destacados de la tradición de los estudios sobre medios de comunicación: *La influencia personal*, de Katz y Lazarsfeld (1979). La operación clave de este libro, publicado por primera vez en 1955, era la de poner en relación el estudio de los *mass media* con la sociología de los grupos pequeños, realizando un puente entre áreas académicas que, hasta aquel entonces, no habían entrado en contacto. Meyrowitz hace algo análogo, y, en cierto modo, aún más sorprendente.

Por un lado, *No sense of place* adopta la idea fundamental de Harold Innis y Marshall McLuhan por la que los medios de comunicación tienen efectos profundos en la organización de las sociedades humanas y que esto ocurre, esencialmente, sin que los mensajes difundidos tengan un

papel relevante en el proceso. Es la famosa idea de que el medio es el mensaje, y Meyrowitz quiere ahondar, precisamente, en los efectos no intencionados de los medios, los que están relacionados con su forma tecnológica. Por otro lado, busca un modelo que concrete las generalizaciones de los dos maestros de la escuela de Toronto y, sorprendentemente, lo encuentra en la obra de un tercer canadiense: el sociólogo Erving Goffman.

A la par de McLuhan, también a Goffman se le ha reprochado una escasa sistematicidad. Sin embargo, si el primero estaba interesado, como Innis, en el proceso de desarrollo de las civilizaciones, y ofrece una perspectiva teórica de amplio espectro, Goffman dirige la mirada hacia las interacciones cotidianas, y su obra está repleta de tipologías y conceptos *ad hoc*. Además, McLuhan reflexiona sobre los efectos de todo tipo de medio de comunicación, pero no presta atención a las dinámicas estructurales de la interacción cara a cara. Al inverso, el análisis de las relaciones personales de Goffman llega a ser muy detallado, pero ignora por completo el papel de los medios.

A primera vista, parece un intento de mezclar agua y aceite. Sin embargo, es más bien como juntar queso con peras: no te lo esperas, pero encajan perfectamente. Para Innis y McLuhan, los medios de comunicación dan forma al ambiente social y cultural, llegando a tener unos efectos antropológicos profundos sobre la forma de pensar y la psique humana. Por otra parte, retomando una famosa definición, el objeto de estudio de Goffman no son tanto los hombres y sus momentos, sino más bien “los momentos y sus hombres”. Esta inversión jerárquica implica que las interacciones humanas, en lugar de ser el origen de sus propias circunstancias, estarían subordinadas a las configuraciones específicas de las distintas situaciones sociales, que precederían e influenciarían todo tipo de acción. Por un lado, el ambiente, por el otro, las situaciones; es decir, en el fondo, prácticamente lo mismo. Y si aceptamos que estas últimas dependen de los medios de comunicación, ya tendríamos delineada el área de convergencia entre perspectiva mediológica y mirada “situacionista”.

En sociología se ha observado que nuestro comportamiento y el rol que asumimos en una determinada situación varían según dónde estemos y quién esté presente. En este sentido es clave el papel de los límites, como por ejemplo una pared, que determinan también dónde no estamos y quién no está presente. Por esto, tradicionalmente, los distintos grupos sociales han sido divididos en distintos “mundos de experiencia”. Los niños no tienen acceso al espacio de los adultos, así como los hombres no entran en el mundo de las mujeres, y viceversa.

Aplicando el modelo dramático de Goffman, estas separaciones garantizan la permanencia de ciertos secretos de grupo y la existencia de unos espacios entre bastidores, de unos lugares de “ensayo” indispensables para el éxito de nuestras representaciones sociales. En el caso del rol de “padre”, por ejemplo, es posible guardar la necesaria autoridad solo si los hijos no son testigos de las dudas, las indecisiones y las diferencias de opiniones que puede haber en una pareja; la representación es exitosa si el espacio de la escena permanece separado del de su preparación.

Sin embargo, Meyrowitz observa que, hoy en día, la información tiene la capacidad de “atravesar las paredes y recorrer largas distancias a gran velocidad” (Meyrowitz, 1985, viii); o, lo que viene a ser lo mismo, los medios de comunicación electrónicos han modificado la relación tradicional entre lugar físico y lugar social. Esto le lleva a formular su aportación conceptual más importante, que tiene que ver con el *sense of place* del título. Meyrowitz redefine las situaciones sociales como sistemas informativos, es decir como dispositivos que dan cierto acceso a informaciones sobre el comportamiento de otras personas. Esto significa que las interacciones personales no están determinadas por el ambiente físico, sino más bien por la configuración de los flujos informativos. De esta manera, Meyrowitz puede afirmar que “los medios de comunicación son tipos de ambientes sociales que excluyen o incluyen, unen o dividen las personas de maneras específicas” (Meyrowitz, 1985, p. 70).

En el caso de la edad comportó una mayor separación entre las situaciones de escenario y las situaciones entre bastidores, originando una proliferación de sistemas informativos aislados. Un caso ejemplar, para Meyrowitz, es el de la invención de la infancia como esfera de vida separada de la edad adulta; este proceso coincide con la difusión de la prensa y dependería, por lo menos en parte, de la capacidad de la palabra escrita de facilitar un acceso progresivo a la información y, de ahí, impulsar una “conspiración entre adultos” (Meyrowitz, 1985, p. 246).

Al contrario, los medios electrónicos, y en particular la televisión, abren una ventana hacia los espacios entre bastidores de los distintos grupos sociales. Las mujeres pueden observar cómo es la vida de los hombres; los niños tienen acceso a la realidad de los adultos; la personalidad de los políticos, con su humanidad y sus debilidades, está expuesta a la mirada de los ciudadanos.

Esta reestructuración de los escenarios sociales implica un cambio en nuestra concepción de comportamiento adecuado: ya que los públicos son distintos, cambian las representaciones. Al respecto, Meyrowitz afirma que la fusión del espacio del escenario con el espacio entre bastidores crea comportamientos intermedios, de “escenario lateral”. Estos se observan, por ejemplo, en la progresiva pérdida de formalidad de las situaciones comunicativas o en la homologación de las conductas de hombres y mujeres, sobre las que Meyrowitz declara: “el movimiento de liberación de las mujeres podría definirse [...] más propiamente como ‘movimiento de liberación de las diferencias de género’” (Meyrowitz, 1985, p. 193).

Además, la revelación de la existencia de un espacio fuera del escenario cambia la percepción de la relación entre roles e individuos. Al exponer que existen tiempos y lugares en los que los actores no están en el personaje, es decir, en los que se relajan o preparan su “espectáculo”, “el comportamiento de escenario de muchos actores sociales parece ‘un simple rol’ –algo separado de la persona– que se puede poner y quitar” (Meyrowitz, 1985, p. 156). Esto tiene consecuencias tanto para el público como para el actor: por un lado, los roles sociales, en particular las figuras de autoridad, pierden mucha de su aura; por el otro, cuando la gente cambia de estatus no se siente tan distinta. Y es tal vez por estos motivos, afirma Meyrowitz, que se ha afirmado cierta flexibilidad en los roles, volviéndose frecuentes los cambios en los matrimonios, las profesiones, el orden sacerdotal y las relaciones sociales en general. Hasta el punto de que, añadimos, hoy en día ni siquiera sorprenden las transiciones de género.

Pensando en la actual configuración mediática, es casi banal observar que internet y las redes sociales parecen continuar con ese proceso de erosión de los espacios entre bastidores descrito por Meyrowitz. En particular, la inmediatez de las comunicaciones y su capacidad de exponer todo tipo de situación privada, e incluso íntima, comporta una intensificación de las tendencias expuestas en el libro. Meyrowitz llega a entrelazarlo en las páginas finales –dedicadas a la tecnología digital, pero escritas varios años antes de la aparición del *world wide web* en 1991– y actualiza algunas de estas ideas en unos artículos posteriores; entre ellos el único aparecido en español, escrito a petición de Jorge Lozano para un monográfico de *Revista de Occidente* dedicado a la transparencia (Meyrowitz, 2013).

En cualquier caso, para darse cuenta de la vigencia del texto de Meyrowitz para la comprensión del presente no hace falta nada más que aplicar la teoría. El modelo planteado en *No sense of place* no está vinculado a una época concreta ni a una particular configuración mediática. Esto ayuda, entre otras cosas, a ver de forma muy clara ciertas continuidades en los procesos de cambio social. Meyrowitz ya describe perfectamente, por ejemplo, la personalización de la política, es decir la aparición de la persona detrás del rol institucional; esto es algo que en la época de las redes sociales parece insoslayable y que, al mismo tiempo, acarrea una inevitable crisis de liderazgo. Pero

no es complicado ampliar el análisis a temas que no se tratan en el libro. Por nombrar uno, la teoría refleja bien la evolución del *star system* hacia un universo de celebridades con aura tenue o incluso inexistente, alimentado por una continua exposición de la intimidad y en sintonía con ese gran género de nuestros tiempos que es la pornografía.

Como ya hemos mencionado, uno de los grandes méritos de *No sense of place* es el de proporcionar una explicación eficaz de los efectos de los media ya descritos por McLuhan. En lugar de aceptar la idea del mediólogo canadiense de la reestructuración del equilibrio sensorial, efectivamente un poco misteriosa, Meyrowitz habla de claras modificaciones en los escenarios en los que interpretamos nuestros roles sociales. De esta forma, en primer lugar, consigue operacionalizar algunas de las ideas clave de un autor muy difícil de manejar como es McLuhan; por ejemplo, ejemplifica a la perfección la idea que el medio es el mensaje cuando observa como la televisión, independientemente del contenido conservador o incluso misógino de ciertos programas, ha permitido a las mujeres un acceso a espacios tradicionalmente masculinos y, por tanto, les ha proporcionado una visión de su reclusión doméstica. Además, utilizando una expresión del mismo Meyrowitz, su libro “obsolescentiza” la obra de McLuhan (**Meyrowitz, 2001**), es decir progresa a partir de ella, pero volviéndola menos central, evitando que el pensamiento mcluhaniano impida ver más allá de sí mismo.

*No sense of place* lleva a cabo todo esto, esencialmente, recurriendo a Goffmann, es decir a un método que el mismo McLuhan propone por la teoría mediática: buscar en la obra de autores de otros campos ideas útiles para la comprensión de los medios (**Meyrowitz, 2001**). La hibridación llevada a cabo por Meyrowitz, sin embargo, tiene efectos sobre ambos autores. Desde cierto punto de vista, *No sense of place* es tal vez un libro más goffmaniano que mcluhaniano, pero esto no quiere decir que la obra del primero no se vea transformada. En primer lugar, al relacionarla con el impacto de la introducción de nuevos medios de comunicación, Meyrowitz le aporta un dinamismo ausente en la versión original y hasta la proyecta en la dimensión histórica. Además, en este contexto, las ideas de Goffman adquieren un valor más amplio del ámbito micro-sociológico al que se les suele confinar. La clave reside en la reformulación de la noción de situación como sistema informativo, junto con la perspectiva mcluhaniana por la que la introducción de un *nuovo medio*, al reorganizar los ambientes comunicativos, tiene repercusiones en el conjunto de la sociedad. De esta manera, el orden de la interacción (es decir las reglas de la situación) se presenta más claramente como lo que, posiblemente, siempre haya sido: no un orden entre los otros, sino un orden que subyace a los demás y que, de alguna manera, los constituye (**Giglioli, 1998, p. 26**).

McLuhan y Goffmann son las referencias teóricas más importantes del texto, pero no las únicas. Aunque no es posible mencionarlas todas, es interesante señalar cómo Meyrowitz consigue albergar dentro de su perspectiva un amplio abanico de autores de disciplinas distintas. Varias obras fundamentales de la literatura feminista o de los estudios sobre la infancia, por ejemplo, son reinterpretadas en clave mediológica. Esta capacidad de juntar miradas distintas bajo el mismo denominador y cruzar fronteras disciplinarias es, sin duda, uno de los grandes méritos del libro. De hecho, como es fácil comprobar, y como ya se observaba en una retrospectiva escrita en ocasión de los diez años de la primera publicación (**Lindlof, 1996**), solo una parte de las citas de *No sense of place* proviene del campo de la comunicación.

Este impacto transdisciplinario va de la mano con el alcance teórico del libro, que ha llevado a Meyrowitz a pasar el resto de su carrera académica, esencialmente, adaptando y reformulando el modelo aquí propuesto. Se trata de una apuesta en línea con la visión de McLuhan de la ciencia de los medios como ciencia de la cultura, o con la definición de mediología que propusimos hace unos años: “la disciplina que elige los media como territorio de observación privilegiado para el estudio

de la sociedad y de sus mutaciones” (**Pireddu; Serra**, 2014, p. 12). En los últimos años el campo de la comunicación se ha ido retirando de objetivos tan ambiciosos, refugiándose en reductos pequeños y aislados. *No sense of place* nos muestra que, al contrario, habría razones para apuntar más alto.

## Referencias

**Giglioli, Pier-Paolo** (1998). “Presentazione”. In: Goffman, Erving, *L'ordine dell'interazione*. Roma: Armando. ISBN: 978 8871448244

**Katz, Elihu; Lazarsfeld, Paul F.** (1979). *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Editorial Hispano Europea. ISBN: 8425505240

**Lindlof, Thomas R.** (1996). “No more secrets: A retrospective essay on Joshua Meyrowitz’s *no sense of place*”. *Journal of broadcasting & electronic media*, v. 40, n. 4, pp. 589-596.  
<https://doi.org/10.1080/08838159609364381>

**Meyrowitz, Joshua** (1985). *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 0195034740

**Meyrowitz, Joshua** (2001). “Morphing McLuhan: Medium theory for a new millennium”. In: Flayan, Donna (ed.). *Proceedings of the Media Ecology Association*, v. 2, pp. 8-22.  
[http://www.media-ecology.net/publications/MEA\\_proceedings/v2/Meyrowitz02.pdf](http://www.media-ecology.net/publications/MEA_proceedings/v2/Meyrowitz02.pdf)

**Meyrowitz, Joshua** (2013). “Nuevas visibilidades: extensiones del aquí y el ahora”. *Revista de occidente*, n. 386-387, pp. 151-176.  
<https://ortegaygasset.edu/wp-content/uploads/2018/09/20.Joshua-Meyrowitz.pdf>

**Pireddu, Mario; Serra, Marcello** (2014). *Mediología. Cultura, tecnología, comunicación*. Barcelona: Gedisa. ISBN: 978 8497848756