

Octavio

Claudia

Islas

Benassini

# Conocer y pensar a Marshall McLuhan

Introducción de Amaia Arribas

Cuadernos Artesanos de Latina / 18

ULL

Universidad  
de La Laguna



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

USC  
UNIVERSIDADE  
DE SANTIAGO  
DE COMPOSTELA



Revista  
Latina  
de Comunicación Social



## **18º - Conocer y pensar a Marshal McLuhan**

Octavio Islas y Claudia Benassini Félix / Introducción de Amaia Arribas | Precio social: 5 €

ISBN – 13: 978-84-939795-2-2

ISBN – 10: 84-939795-2-X

Editores: Concha Mateos Martín y Ciro Hernández

Diseño: Juan Manuel Álvarez

Ilustración de portada: Fragmento de la serie *Cosmoarte* (1980), de Pedro González.

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S.L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | [fotocopiasdrago@telefonica.net](mailto:fotocopiasdrago@telefonica.net)

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal - La Laguna (Tenerife), 2011 – Creative Commons \*

(<http://www.revistalatinacs.org/edita.html>)

(<http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>)

ISBN – 13: 978-84-939795-2-2

ISBN – 10: 84-939795-2-X

D.L.: TF-41-2012

\*Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

**Octavio Islas y Claudia Benassini Félix**

# **Conocer y pensar a Marshall McLuhan**

Introducción de **Amaia Arribas**

**Cuadernos Artesanos de Latina / 18**

**ULL**

Universidad  
de La Laguna



Universitat d'Alacant  
Universidad de Alicante

**USC**  
UNIVERSIDADE  
DE SANTIAGO  
DE COMPOSTELA



Revista  
**Latina**  
de Comunicación Social



# Índice

Introducción, **Amaia Arribas**, 5

McLuhan, indispensable y complejo, **Octavio Islas**, 9

Bibliografía, 37

Marshall McLuhan: Exploraciones en tres aportaciones, **Claudia Benassini Félix**, 41

Bibliografía consultada, 86



# Introducción

## Amaia Arribas

*Conocer y pensar a Marshall McLuhan* se divide en dos partes. En la primera, Octavio Islas, director de la revista web *Razón y Palabra* –la primera revista especializada en temas de comunicología en el ciberespacio ibérico–, destaca la importancia de la obra y pensamiento de Marshall McLuhan. En la segunda parte, Claudia Benassini, destacada investigadora mexicana, directora del Observatorio de Medios e investigadora adscrita al Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México, emprende una rigurosa revisión de algunas de las principales tesis de Marshall McLuhan, que facilitan la comprensión de las comunicaciones digitales.

Marshall McLuhan fue considerado como uno de los principales expertos en temas relacionados con los medios de comunicación. Sin embargo, en realidad fue un hombre de letras. Estudió la licenciatura y maestría en letras, en la Universidad de Manitoba, en Canadá. El título de su tesis de maestría fue *George Meredith as a poet and dramatic novelist*. Además estudió el doctorado en literatura en la Universidad de Cambridge, en el Reino Unido. El título de su tesis doctoral fue *The place of Thomas Nashe in the learning of his time*. McLuhan sistemáticamente desconfiaba de los efectos de las nuevas tecnologías. Inclusive, se afirma, nunca aprendió a conducir automóvil –y no pocos de sus críticos le consideran la principal referencia de una corriente teórica que han convenido en designar como “determinismo tecnológico”–.

Además de hombre de letras, McLuhan fue un formidable visionario, capaz de anticipar el tránsito a la “aldea global” y el formidable desarrollo de las comunicaciones digitales. Afirmó, por ejemplo, que el medio es el mensaje, explicó la importancia de los ambientes mediáticos, propuso la teoría de la invisibilidad-

visibilidad de los mismos, introdujo una interesante tétada destinada a la comprensión de los cambios culturales generados por los medios y las tecnologías, destacó que las tecnologías y los medios admiten ser considerados prolongaciones de nuestro cuerpo, facultades y sentidos, que es posible distinguir entre medios “calientes” y “fríos” con base en la definición del medio y las posibilidades de participación de las audiencias, y propuso la compleja relación campo-figura.

A tres lustros de la muerte de Marshall McLuhan, algunos de sus más destacados discípulos se han encargado de recuperar el complejo legado teórico del fundador de la Ecología de los Medios. Además algunas comunidades sensibles en Internet han convertido a McLuhan en obligado referente teórico, considerándolo indispensable en la comprensión de los nuevos medios digitales emergentes.

La Ecología de los Medios –la principal corriente de estudios culturales en la comunicología canadiense y estadounidense, conocida también como “Escuela de Toronto”, “Escuela de Nueva York”, y cuya columna vertebral es el pensamiento de Herbert Marshall McLuhan–, ha distinguido por conceder particular énfasis al estudio del impacto cultural de las tecnologías y los medios de comunicación en las sociedades. Entre los principales teóricos e intelectuales en la Ecología de los Medios destacan: Harold Innis, Walter Ong, Neil Postman, Lewis Mumford, Jacques Ellul, Elizabeth Eisenstein, Eric Havelock, Edmund Carpenter, Jack Goody, Joshua Metrowitz, Jay Bolter, Paul Levinson, Lance Strate, Denise Schmandt–Besserat, Robert Logan y James Carey, entre otros.

La revista *Wired*, por ejemplo, una de las más autorizadas fuentes de información sobre temas de cibercultura, designó a Marshall McLuhan como “santo patrón”. Alan Kay, quien desarrolló los primeros ambientes gráficos para Xerox, afirmó que gracias a la influencia de McLuhan, y particularmente a través de la lectura del libro *Understanding Media*, fue capaz de poder comprender a las computadoras como medios. En el libro *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*, Bill Gates (1999) recuperó el concepto de exteriorización del sistema

nervioso, para afirmar que Internet, extranet e intranet admiten ser considerados como el sistema nervioso digital de las organizaciones en el nuevo milenio.

La metodología empleada por McLuhan en los dos libros que Quentin Fiore ilustró –*The medium is the message. An inventory of effects* y *War and Peace in the Global Village*–, designada por McLuhan como “mosaico”, anticipó la narrativa establecida en Twitter. La mayoría de los párrafos contenidos en los citados libros de McLuhan, ilustrados por Fiore, perfectamente podrían ser publicados en cadenas de “tweets”, menores a 140 caracteres. En buena medida Internet reactualizó a McLuhan. Además Internet ha permitido demostrar el alcance y pertinencia de no pocas de sus agudas aseveraciones.

Después de la muerte de Marshall McLuhan, hasta finales de octubre de 2011, habían sido publicados los siguientes libros, en los cuales, por motivos diversos fue incluido su nombre como coautor: *Laws of media: The new science y The Global Village – con Eric McLuhan–* (1988); *Transformations in world life and media in the 21st century –con Bruce Powers-* (1989); *The book of probes* (2003) –con David Carson–; *Understanding me. Lectures and Interviews*, editado por Stephanie McLuhan y David Stainess (2004); *Marshall McLuhan Unbound –editado por Eric McLuhan–* (2005); *Media and formal cause* (2011) –con Eric McLuhan–; y *Theories of Communication*, también con Eric McLuhan (2011).

McLuhan definitivamente no fue un sujeto convencional, y un total de nueve universidades le concedieron doctorados honoris causa: University of Windsor (1965), Assumption University (1966), University of Manitoba (1967), Simon Fraser University (1967), Grinnell University (1967), St. John Fisher College (1969), University of Alberta (1971), University of Western Ontario (1972), University of Toronto (1977).

Para no pocos académicos e investigadores de la comunicación, particularmente en Iberoamérica, la obra de McLuhan se inscribe en el imaginario teórico y conceptual del Estructural Funcionalismo, inclusive le suponen de origen estadounidense, razones suficientes para estigmatizarle como pensador “reaccionario”; o bien, al amparo de una cómoda

simplicidad, instalarle en el refutable territorio del “determinismo tecnológico”; es decir, la rotunda negación de la llamada “teoría crítica”. McLuhan ha sido más objetado que leído. No pocos de los detractores de McLuhan ni siquiera han leído uno solo de sus libros. En no pocas escuelas en Iberoamérica inclusive se le ha proscrito; en cambio en Europa, Asia y Norteamérica inclusive se le venera.

En los próximos años, si aprendemos a dialogar y conciliarnos con el tiempo, será indispensable proceder a reubicar el pensamiento de Marshall McLuhan –complejo y holístico–, el cual –debemos reconocerlo– definitivamente trasciende las fronteras teórico–conceptuales de las ciencias de la comunicación. En la perspectiva de la ingeniería de la comunicación posible –todavía por construir–, será determinante poder recuperar el pensamiento de McLuhan como un estupendo punto de partida.



# McLuhan, indispensable y complejo

Octavio Islas<sup>1</sup>

## Introducción

El pasado 21 de julio de 2011 celebramos 100 años del natalicio de Herbert Marshall McLuhan, quien nació el 21 de julio de 1911 en Edmonton, Alberta, y murió el 31 de diciembre de 1980 en Toronto, Canadá. A pesar de los furiosos cuestionamientos de sus detractores,<sup>2</sup> entre quienes destaca el belga Armand Mattelart –de enorme influencia en la academia de investigadores de las ciencias de la comunicación en América Latina–, hoy Marshall McLuhan es mundialmente reconocido como uno de los pensadores más emblemáticos del siglo XX.

McLuhan anticipó el tránsito a la “aldea global”, afirmó que el medio es el mensaje, explicó la importancia de los ambientes mediáticos, propuso la teoría de la invisibilidad-visibilidad de los mismos, introdujo una interesante tétrada destinada a la comprensión de los cambios culturales generados por los medios y las tecnologías, destacó que las tecnologías y los medios admiten ser considerados prolongaciones de nuestro cuerpo y nuestros

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Sociales. Director de Proyecto Internet – Cátedra de Comunicaciones Digitales Estratégicas del Tecnológico de Monterrey.

Director de la revista web *Razón y Palabra*:

<http://www.razonypalabra.org.mx> Miembro del Centro de Altos Estudios en Comunicación Estratégica de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Su correo electrónico es [octavio.islas@itesm.mx](mailto:octavio.islas@itesm.mx)

<sup>2</sup> Las críticas más dolorosas que recibió McLuhan, partieron de Donald Theall, autor del libro *The medium is the rear view mirror: understanding McLuhan* (1971). McLuhan asesoró a Theall en el desarrollo de su tesis doctoral. Sin embargo, los cuestionamientos que más afectaron la reputación de McLuhan en círculos académicos, partieron de Jonathan Miller, autor del libro *McLuhan*.

sentidos, que es posible distinguir entre medios calientes y fríos con base en la definición del medio y las posibilidades de participación de las audiencias, y propuso la compleja relación campo-figura. Marshall McLuhan, hombre sumamente religioso y de agudo sentido del humor, categóricamente rechazaba el título de “experto”. Él prefería ser llamado “explorador”.

En 1964, después de haber sido publicado el libro *Understanding media: the extensions of man*,<sup>3</sup> que le convirtió en celebridad y moda, Tom Wolfe<sup>4</sup> afirmó que McLuhan tendría que ser reconocido como el pensador más grande en la historia, después de Newton, Darwin, Einstein y Pavlov. De la primera edición del referido libro fueron vendidos más de 150,000 ejemplares –en ese tiempo, todo un *best seller*–. Ese libro además ha sido traducido a más de 20 idiomas. Sin embargo, en 1967 McLuhan rompió su propio récord. De la primera edición del libro *The medium is the message: An inventory of effects* (1967) fueron vendidos 500,000 ejemplares.<sup>5</sup>

En la agitada década de 1960, época de sueños y pronunciamientos, tiempo de radicales críticas y generosas utopías, McLuhan fue considerado celebridad y disidente, fue calificado charlatán y reconocido como genio. Influyentes sociólogos, como Robert King Merton<sup>6</sup> calificaron las tesis de McLuhan como absurdas. En cambio destacados discípulos suyos, Neil Postman,<sup>7</sup> por ejemplo, recuperaron el legado teórico de McLuhan hasta afirmar una compleja escuela del pensamiento humanista que definitivamente trasciende el imaginario comunicológico: la “Ecología de los Medios”.

---

<sup>3</sup> *Understanding media* fue publicado en castellano en 1969, por la Editorial Diana, Posteriormente Paidós publicó una nueva edición en castellano.

<sup>4</sup> Tom Wolfe (1934- ), considerado como uno de los padres del “nuevo periodismo”. Autor del libro *The New Journalism* (1977).

<sup>5</sup> En castellano: *El medio es el masaje. Inventario de efectos*. En 1997 la Editorial Paidós publicó una edición en castellano.

<sup>6</sup> Robert King Merton (1910-2003). Autor de las teorías de “alcance medio” y considerado como uno de los principales teóricos del Estructural-Funcionalismo.

<sup>7</sup> Neil Postman (1931-2003). Fue alumno de Marshall McLuhan y es considerado como uno de los pilares de la “Ecología de los Medios”.

En la década de 1970 McLuhan paulatinamente entró en el desprecio y el olvido. Las descalificaciones fueron duras y frecuentes. Benjamin DeMott (1967),<sup>8</sup> por ejemplo, empleó el término McLuhanacy<sup>9</sup> para describir, con cruel ironía, la “utopía mcluhiana”. Jonathan Miller (1971)<sup>10</sup> acusó a McLuhan de haber renunciado a la inteligencia política. Por supuesto las críticas a McLuhan se han extendido a nuestros días. La mayoría de los detractores ni siquiera le han leído. El 26 de septiembre de 1979 Marshall McLuhan sufrió un derrame cerebral y perdió la capacidad de hablar, leer y escribir. Poco antes de su muerte, la Universidad de Toronto decidió cerrar el *Centre for Culture and Technology*<sup>11</sup> –que dirigió McLuhan desde el 24 de octubre de 1963 hasta su muerte, considerando los breves interinatos de Arthur Porter, entre 1967 y 1968, y EA McCulloch, en 1979–, indiferente a las peticiones de sus familiares y de destacados intelectuales, cineastas y políticos, quienes solicitaban a las autoridades universitarias no cerrarlo. En sus últimos meses de vida, con profunda tristeza McLuhan advirtió como su centro de investigación fue desmantelado por la voluntad de burócratas engreídos e ingratos, cuyos nombres hoy en día nadie recuerda. La noche del 31 de diciembre de 1980 murió Marshall McLuhan en su residencia, ubicada en la exclusiva zona de Wychwood Park, en Toronto, Canadá.

A tres lustros de su muerte, Internet empezó a “resucitar” el pensamiento y el espíritu de Marshall McLuhan. En años recientes algunas comunidades sensibles en la red le han convertido en obligada referencia, partiendo, quizá, de una elemental consideración: no hay nada más práctico que una buena teoría. La revista *Wired* –autoridad en temas de cibercultura– le designó

---

<sup>8</sup> Benjamin DeMott (1924-2005). Escritor estadounidense, uno de los principales críticos de McLuhan en la Unión Americana, autor de más de 12 libros.

<sup>9</sup> Una posible traducción al castellano sería “mclunatismo”

<sup>10</sup> Jonathan Miller (1934- ). Ciudadano británico y director de teatro de ópera, escritor, presentador de televisión, humorista y escultor.

<sup>11</sup> En castellano: Centro para la cultura y la tecnología.

como su “santo patrón”. Alan Kay<sup>12</sup> afirmó que gracias a la influencia de McLuhan, y particularmente a través de la lectura del libro *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, fue capaz de poder comprender a las computadoras como medios de comunicación (Johnson 1997). En el libro *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*, Bill Gates (1999),<sup>13</sup> recuperó el concepto de exteriorización del sistema nervioso central, para afirmar que Internet, extranet e intranet son el sistema nervioso digital de las organizaciones. Robert Logan – uno de sus más destacados discípulos–<sup>14</sup> afirmó que McLuhan fue Internet en la década de 1960: “Hombre, él entendió Internet. Él fue Internet en la década de 1960. Finalmente, el mundo se puso a su altura” (Harrocks 2004: 11). McLuhan, acertadamente sentencia Alejandro Piscitelli:

“fue un adelantado sin que nadie lo supiera o se lo pidiera. Su medio privilegiado hubiese sido Internet pero estaba encorsetado por el papel y la tradición académica. McLuhan sufrió de una inmensa incompreensión y la mejor forma de ignorarlo fue tomando sus principios, entre ellos el más conocido de todos *El medio es el mensaje* aplanándolo indebidamente, y reduciéndolo a una trivialidad”.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Alan Kay (1940- ) concibió las computadoras Laptop y es considerado supremo arquitecto del lenguaje de programación Smalltalk, desarrollado por miembros del Grupo de Investigación del Aprendizaje (GIA) en el Centro de Investigación de Xerox, en Palo Alto, California. Actualmente es (socio-colaborador) de Hewlett Packard y presidente del Instituto Viewpoints Research.

<sup>13</sup> En castellano: *Los negocios @ la velocidad del pensamiento. La utilización de los sistemas nerviosos digitales*.

<sup>14</sup> McLuhan reconoció que la tesis relativa a que las tecnologías electrónicas son extensiones del sistema nervioso central, procedió del teólogo francés Teilhard de Chardin.

<sup>15</sup> Véase: <http://www.ilhn.com/datos/teoricos/archives/001450.php> Fecha de consulta: 27 de noviembre de 2011. Alejandro Piscitelli (1949). Filósofo argentino, especializado en los nuevos medios.

Efectivamente McLuhan fue un adelantado incomprendido. En los próximos años será indispensable reubicar su pensamiento – complejo y holístico–, más allá de las fronteras teórico-conceptuales de las ciencias de la comunicación, incluyéndole en el imaginario de una ingeniería social posible, aún por construir, en la cual el papel de los medios y las tecnologías por supuesto será fundamental.

McLuhan definitivamente no fue un sujeto convencional. Un total de nueve universidades le concedieron doctorados honoris causa: University of Windsor (1965), Assumption University (1966), University of Manitoba (1967), Simon Fraser University (1967), Grinnell University (1967), St. John Fisher College (1969), University of Alberta (1971), University of Western Ontario (1972), University of Toronto (1977).<sup>16</sup>

## 1. Los primeros años

En 1911 Herbert Ernest McLuhan –tercera generación de migrantes irlandeses, cuyo apellido original era McClughan<sup>17</sup> y Elsie Hall – quinta generación de migrantes británicos–, padres de Herbert Marshall McLuhan, adquirieron una modesta casa en la calle 64 del barrio de Highlands, en Edmonton, la ciudad más grande en el extremo norte del continente americano. El 21 de junio de ese año nació Marshall, y dos años después, en 1913, nació Maurice Raymond, segundo hijo de Elsie y Herbert. No fueron las bajas temperaturas del cruel invierno en Edmonton –que llegan a 40 grados bajo cero– las que obligaron a sus padres migrar a Winnipeg, Manitoba, en 1915. De hecho se afirma que el invierno es peor en Winnipeg que en Edmonton. Herbert y Elsie habían emprendido un negocio de bienes raíces –McLuhan, Sullivan y McDonalds–, el cual quebró abruptamente con el inicio de la Primera Guerra Mundial (1914). Un año después, apenas instalados en su nuevo domicilio, en Fourt Rouge, el padre de Marshall

---

<sup>16</sup> Véase: [http://es.wikipedia.org/wiki/Marshall\\_McLuhan#cite\\_note-0](http://es.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan#cite_note-0) Fecha de consulta: 19 de noviembre de 2011.

<sup>17</sup> Recomendable consultar la detallada historia de los antecesores de Marshall McLuhan, en <http://www.infoese.ca/McLuhan2.pdf>

decidió enrolarse en el ejército canadiense. Sin embargo, pocos meses después fue dado de baja debido a una enfermedad respiratoria.

Marshall McLuhan fue un mal estudiante en la escuela primaria y reprobó el sexto año de educación básica. Para no perder el ciclo escolar, su madre realizó las gestiones necesarias ante las autoridades educativas de la localidad, asumiendo personalmente la responsabilidad de su instrucción. Ese hecho fue determinante en la formación de Marshall, quien gracias a las enseñanzas de su madre se convirtió en auténtico devoto de la literatura, particularmente de la literatura inglesa. En 1922 Elsie se inscribió en la escuela de oratoria de Alice Leone Mitchel –se afirma que era una institución muy reconocida–. Entre el drama y la oratoria, la madre de Marshall empezó a pasar prolongadas temporadas fuera de casa, participando como oradora en las reuniones organizadas por su iglesia. En 1933 Elsie finalmente abandonó a Herbert.

En 1928 Marshall ingresó a la Universidad de Manitoba, donde estudió la licenciatura en letras y la maestría en artes. En 1932 realizó un viaje a Inglaterra con su amigo Tom Easterbrook. En ese viaje las palabras de los autores predilectos de Marshall cobraron profundo significado. Entonces tomó la decisión de estudiar en Inglaterra, en un futuro no muy distante. Ese año Marshall además descubrió un libro que fue de enorme relevancia en su vida: *What's wrong with the world*, de Gilbert K Chesterton.<sup>18</sup>

Un año después, en 1933, con 22 años de edad Marshall se enamoró de Marjorie Morris, una estudiante de medicina dos años mayor que él. Ella fue su primer amor. Ese año Marshall finalizó los estudios de licenciatura, y la Universidad de Manitoba le otorgó la Medalla de oro en artes y ciencias. Además empezó a redactar su tesis de maestría sobre George Meredith.<sup>19</sup> Un año después,

---

<sup>18</sup> Gilbert K Chesterton (1874-1936) Escritor británico de inicios del siglo XX. Cultivó, entre otros géneros, el ensayo, la narración, la biografía, la lírica, el periodismo y el libro de viajes. Ha sido designado como el "príncipe de las paradojas".

<sup>19</sup> George Meredith (1828-1909). Reconocido novelista y poeta inglés.

McLuhan concluyó la tesis de maestría, cuyo título fue *George Meredith as a poet and dramatic novelist*. Gracias a su estupendo desempeño como estudiante, R. C. Lodge, uno de sus profesores, le recomendó en el Trinity Hall en la Universidad de Cambridge, Inglaterra. Para realizar sus estudios doctorales, Marshall contó con el financiamiento de su tía Ethel, y la beca *Imperial Order of Daughters of the Empire*.

En Cambridge no fueron reconocidos los estudios que había realizado en Canadá. Por ende, McLuhan se vio en la necesidad de cursarlas materias correspondientes a los tres años de licenciatura en un año. El profesor Ivor Armstrong Richards<sup>20</sup> estimuló a McLuhan a incursionar en el estudio de los sistemas nerviosos de comunicación. El profesor Frank Raymond Leavis<sup>21</sup> también ejerció una enorme influencia en McLuhan. Un tercer académico que impresionó a McLuhan en Cambridge fue Mansfield Forbes.

En 1936, con 25 años de edad, McLuhan retornó a América, y empezó a impartir clases a alumnos de recién ingreso en la Universidad de Wisconsin, en Estados Unidos, donde se desempeñó como profesor adjunto. Las evidentes diferencias culturales con sus estudiantes le motivaron a informarse sobre temas de cultura popular, publicidad y cine, que precisamente recuperaría en su primer libro *—La novia mecánica—*. McLuhan despreciaba la cultura popular, pero años después consideraría a la publicidad como la expresión artística más importante en la historia de la humanidad.

Gracias a un artículo que escribió sobre Gilbert Keith Chesterton, estableció una estrecha amistad con Gerald Phelan, sacerdote católico, presidente del Instituto Pontificio de Estudios Medievales de la Universidad de Toronto, quien observó un rol protagónico en la conversión de Marshall al catolicismo. El 30 de marzo de 1937, Marshall McLuhan recibió los sacramentos de la fe católica. Se afirma que McLuhan fue un profundo creyente que todos los días asistía a misa y comulgaba.

---

<sup>20</sup> Ivor Armstrong Richards (1893-1979) Escritor inglés, autor de *Nueva crítica*. Pretendía fundamentar una ciencia de la crítica.

<sup>21</sup> Frank Raymond Leavis (1895-1978), coautor con Denys Thompson (1907-1988) del libro *Culture and the Environment* (1933).

En septiembre de 1937, McLuhan fue contratado por la Universidad de St. Louis, en Missouri, institución dirigida por la Compañía de Jesús, donde conoció y estableció una estrecha amistad con el sacerdote Walter Ong.<sup>22</sup> En esa universidad además encontró el ambiente propicio para empezar a escribir su tesis doctoral, que versó sobre la obra del dramaturgo inglés Thomas Nashe.<sup>23</sup>

En 1938 inició una relación sentimental con Corinne Keller Lewis, apenas un año menor que él –nació el 11 de abril de 1912 y murió el 4 de abril de 2008–. Corinne vivía en Fort Worth, Texas, y su familia, de clase media alta, era bautista. A pesar de las sensibles diferencias religiosas y socioeconómicas, el 4 de agosto de 1939 Marshall y Corinne contrajeron matrimonio en la catedral de St. Louis, Missouri. Después de la luna de miel, disfrutaron en Europa, los McLuhan se establecieron por un breve periodo en Cambridge, donde Marshall se dedicó a trabajar en su tesis doctoral. En junio de 1940 regresaron a St. Louis, Missouri. Dos años después, el 9 de enero de 1942 nació Eric Thomas, primer hijo de los seis hijos de Marshall y Corinne. El 11 de diciembre del año 1943 fue aprobada su tesis doctoral –*The place of Thomas Nashe in the learning of his time*–, por la Universidad de Cambridge, *in absentia*.<sup>24</sup> El brillante texto fue objeto de merecidos elogios de ilustres miembros de la academia británica.

Durante los años inmediatos, McLuhan empezó a escribir ensayos para reconocidas publicaciones académicas. No pocos textos le fueron rechazados. Los editores consideraban su estilo complicado y confuso. Durante esos años McLuhan además realizó algunas lecturas que posteriormente recuperaría en sus libros,

---

<sup>22</sup> Walter Jackson Ong (1912-2003). Educador, académico, sacerdote y profesor de filología inglesa.

<sup>23</sup> Thomas Nashe (1567-1601). Escritor inglés que destacó por su agudo ingenio en la sátira, por ejemplo, *Anatomía de lo absurdo*, escrita en la universidad en 1588 y publicada en 1590. Compuso la primera novela picaresca inglesa: *El viajero desgraciado, o La vida de Jack Wilton* (1594).

<sup>24</sup> Marshall McLuhan no podía viajar a Cambridge y emprender la defensa de su tesis doctoral, pues entonces, en Europa se desarrollaba la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). En 2006 la editorial Ginko Press publicó la tesis doctoral de McLuhan.

destacando, por ejemplo, la obra de James Joyce,<sup>25</sup> a quien citaría insistentemente.

En los años que McLuhan pasó en S.t Louis, Missouri, además de ONG, fue determinante la influencia de Lewis Mumford<sup>26</sup> y Siegfried Giedion.<sup>27</sup> La presencia de Mumford fue evidente en el libro *Understanding Media: The extensions of man*. Las enseñanzas de Giedion posiblemente fueron el punto de partida para el estudio del campo y la figura. En 1944, debido a diferencias con Norman Dreyfus, quien fue designado nuevo director en la Universidad de Saint Louis, McLuhan decidió mudarse al Assumption College, en Windsor, Canadá, siendo el primer laico contratado en el Saint Michael's College, unidad católica dependiente de la Universidad de Toronto. El 26 de octubre de 1945 los McLuhan fueron padres de dos gemelas: Mary y Teresa; en 1947 nació Stephanie –la tercera hija–, y en 1950 nació Elizabeth. Michael, su último hijo, nació en 1952.

En 1951 fue publicado el primer libro de Marshall McLuhan, *The mechanical bride. Folklore of industrial man*.<sup>28</sup> Dos años antes Marshall había entregado el manuscrito a Sean Manley, su editora en Vanguard Press. El título original del libro era *Guía del caos*. De las 500 cuartillas que comprendía el documento original, incluyendo un considerable número de notas y recortes de periódico, solo una selección de los textos entregados por McLuhan fue publicada. McLuhan efectivamente fue un escritor caótico. En su primer libro, McLuhan exploró cómo la opinión pública es manipulada a través de la publicidad.

En el prefacio del libro, McLuhan destacó que pretendía generar en el lector una experiencia similar a la que podría haber experimentado el marinero de la novela *A Descent Into The*

---

<sup>25</sup> James Augustine Aloysius Joyce (1882-1941). Escritor irlandés, reconocido como uno de los más importantes e influyentes del siglo XX. Su obra maestra es *Ulises* (1922).

<sup>26</sup> Lewis Mumford (1895-1990). Autodidacta. Nunca terminó una carrera universitaria. Sociólogo, historiador, filósofo de la tecnociencia, filólogo y urbanista estadounidense.

<sup>27</sup> Siegfried Giedion (1888-1968). Suizo, historiador de la arquitectura.

<sup>28</sup> En castellano: *La novia mecánica. Folklore del hombre industrial*. En 2002, Ginko Press publicó una nueva edición del primer libro de McLuhan.

*Maelstrom*, de Edgar Allan Poe: “As this method was followed, “A Descent Into The Maelstrom” by Edgar Alan Poe kept coming to mind. Poe’s sailor saved himself by studying the action of the Whirlpool and by co-operating with it”. (McLuhan 2002: V).<sup>29</sup>

Como el marinero de la referida novela de Poe,<sup>30</sup> el lector podría salvarse del torbellino de la manipulación publicitaria fingiendo cooperar con ella. Para facilitar la comprensión de su libro, McLuhan recurrió a notas, anuncios publicitarios y tiras cómicas, y a través de 59 escenas describió algunas de las técnicas de manipulación empleadas por la publicidad para asegurar el trance colectivo en el cual había caído la sociedad industrial. Las imágenes dominantes en el folklore industrial –afirmó McLuhan– son la muerte, el sexo y los adelantos tecnológicos. A pesar de favorables comentarios de algunos críticos y académicos, ni siquiera fueron vendidos 800 ejemplares de la primera edición del referido libro.

También en ese mismo año (1951), fue publicado el libro *The Bias of Communication*, de Harold Adams Innis,<sup>31</sup> quien en 1950 había publicado el libro *Empire and Communications*. Innis –cuya obra influyó notablemente en McLuhan– sostenía que las innovaciones tecnológicas son el fundamento de los cambios sociales y culturales en las sociedades. No pocas de las tesis fundamentales de McLuhan efectivamente partieron de Innis, quien a comienzos de la década de 1950 era considerado un intelectual respetable en Canadá, mientras McLuhan todavía tenía por delante mucho camino que recorrer. Con base en las obras de Innis –quien en 1952 murió de cáncer–, McLuhan y Edmund Carpenter<sup>32</sup> sometieron a la

---

<sup>29</sup> En castellano: “Dado que este método fue seguido, “Un descenso en el remolino” de Edgar Alan Poe viene a la mente. El marinero de Poe se salvó mediante el estudio de la acción del remolino y cooperando con él.

<sup>30</sup> Edgar Allan Poe (1809-1849). Escritor, poeta, crítico y periodista estadounidense, reconocido como uno de los maestros universales del relato corto.

<sup>31</sup> Harold Innis (1894-1952), destacado historiador de la economía, considerado como una de las principales influencias intelectuales de McLuhan en temas de tecnologías.

<sup>32</sup> Edmund Carpenter (1922-2011). Considerado el último gran miembro original de la “Escuela de Toronto”, falleció el primero de julio de 2011. Los

Fundación Ford la propuesta “*Changing patterns of language and behavior and new media in communication*”. En 1953 la Fundación Ford les concedió \$44,250 dólares, los cuales destinaron a un seminario semanal y a la publicación de la revista *Explorations*.

El primer número de *Explorations* fue publicado en diciembre de 1953, e incluyó un texto de Marshall McLuhan: “Culture without literacy”, en el cual describió el método *observation minus ideas*, que parte de reconocer que al observar un fenómeno determinado, resulta indispensable descartar el mayor número posible de ideas preconcebidas que pudiesen interferir con la intuición pura. El octavo número de *Explorations* fue publicado como libro, por la Universidad de Toronto, con el título *Verbi-Voco-Visual Explorations*. En 1954 empezó a circular el folleto *Counterblast*.<sup>33</sup> En 1955, a punto de agotarse el financiamiento de la Fundación Ford, eran evidentes las diferencias de McLuhan con no pocos de los profesores e investigadores que participaban en su seminario. Además Carpenter ya no deseaba publicar la revista *Explorations*. McLuhan finalmente convenció a John Bassett, importante editor de periódicos en Toronto, para financiar por algunos años la revista.

En 1959 McLuhan fue comisionado por la National Association of Educational Broadcasters (NAEB), para desarrollar un ambicioso proyecto de alfabetización mediática, dirigido a alumnos de preparatoria en Estados Unidos. El proyecto, conocido como NAEB#69, contó con el financiamiento de la United States Office of Education, y comprendió entrevistas a determinados

---

miembros originales de la llamada “Escuela de Toronto” fueron Harold Innis, Eric Alfred Havelock, Northrop Fye, Marshall McLuhan y Edmund Carpenter.

<sup>33</sup> El folleto *Counterblast* (1954), —en castellano: Contraexplosión—, de 17 hojas y convertido en libro en 1969, en el cual contó con la colaboración de Harley Parker, en buena medida sintetiza algunas de las búsquedas emprendidas por McLuhan en la revista *Explorations*. En el referido folleto, McLuhan anticipó algunas de las principales tesis que recuperaría en el libro *Understanding Media* (1964). En 2010 fue publicada una nueva edición de *Counterblast*.

expertos. Peter Drucker,<sup>34</sup> por ejemplo, participó en las entrevistas. Los resultados del proyecto fueron dados a conocer en 1960. La NAEB no pudo encontrar un sentido efectivamente práctico al reporte que entregó McLuhan, quien en el documento final afirmó que los medios de comunicación son extensiones de nuestros sentidos, distinguiendo, además, entre medios de baja y alta definición, tesis que posteriormente desarrollaría en el libro *Understanding Media*. Ese año, debido al stress que le generó el proyecto NCAB#69, McLuhan sufrió un infarto. Además en 1961 falleció su madre, quien había perdido el habla desde 1956.

## 2. Días de gloria

En 1962 la Universidad de Toronto publicó el segundo libro de Marshall McLuhan: *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*,<sup>35</sup> en el cual afirmó que ese texto era una especie de nota explicativa al trabajo de Innis. McLuhan introdujo una narrativa que denominó “mosaico”, inspirada en el discurso de la televisión, que supone la exposición simultánea de varios hechos que el autor considera relevantes. La lectura de las distintas secciones del libro no supone secuencialidad. Es posible ingresar a la lectura desde cualquier apartado.

Antes de la invención del alfabeto –afirmó McLuhan–, la comunicación involucraba todos los sentidos. La invención del alfabeto arrojó al hombre fuera del paraíso de la cultura oral. La introducción de la imprenta de tipos móviles terminó por apartar al hombre primitivo de su estado tribal.<sup>36</sup> El libro portátil definió el ingreso pleno a la “Galaxia Gutenberg”, que a partir de 1900 sería

---

<sup>34</sup> Peter Ferdinand Drucker (1909-2005). Abogado y tratadista austriaco, autor de libros clásicos sobre gestión de las organizaciones, sistemas de información y sociedad del conocimiento. Es considerado padre del *management* como disciplina.

<sup>35</sup> En castellano: *La Galaxia Gutenberg: Génesis del hombre tipográfico*. En 1988 la Editorial Círculo de Lectores publicó una edición en castellano precisamente con ese título.

<sup>36</sup> En su ensayo sobre Levi-Strauss, Octavio Paz (1996: 541) objetó a McLuhan: “la idea de Marshall McLuhan, que atribuye que la imprenta la transformación de occidente, es infantil”.

sucedida por la “edad eléctrica”, la cual conformaría su propia “galaxia”. Los medios masivos de comunicación propiciarían el tránsito a un nuevo periodo histórico, en el cual serían reestructuradas las emociones y sentimientos del hombre.

A diferencia del primer libro de McLuhan –que prácticamente pasó inadvertido–, *The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man*, fue muy comentado por la academia. Raymond Williams<sup>37</sup> afirmó en el *University of Toronto Quarterly* que McLuhan era uno de los pocos hombres que efectivamente podrían contribuir al desarrollo de la teoría de la comunicación.

Convertido en celebridad, no pocas universidades estadounidenses pretendieron atraer a Marshall McLuhan, ofreciéndole considerables sumas de dinero, definitivamente muy superiores al salario que percibía en la Universidad de Toronto. Para poder retenerlo en la Universidad de Toronto, los directivos concibieron la idea de abrir el *Centre for Culture and Technology*, el cual fue formalmente inaugurado el 24 de octubre de 1963, como unidad interdisciplinaria adscrita a la Escuela de Posgrado de la Universidad de Toronto. Por supuesto Marshall McLuhan fue designado director del centro. No sin ciertas objeciones, a partir de 1967 la Escuela de Postgrado de la Universidad de Toronto permitió a McLuhan impartir un seminario de posgrado –*Media and Society*–, los lunes por la noche. En el seminario llegaron a participar reconocidas celebridades, John Lennon, por ejemplo. El seminario era una especie de teatro, donde McLuhan se desenvolvía como gran comediante y solista. En el claustro de profesores de la universidad, no pocos académicos consideraban a McLuhan un charlatán.

La primera gran investigación del centro fue la elaboración de una prueba destinada a medir la tipología sensorial. McLuhan confiaba poder llegar a conocer el impacto tecnológico sobre la tipología sensorial de una determinada cultura. Entonces Grecia era uno de los pocos países que no disponía de un sistema de televisión. Por ello McLuhan pretendía aplicar las pruebas en

---

<sup>37</sup> Raymond Williams (1921- 1988). Destacado intelectual galés, miembro del llamado “Círculo de Birmingham”.

Grecia. Las realizaría antes y después de la incorporación del sistema de televisión. Desafortunadamente no consiguió el financiamiento necesario. Finalmente Mac Hillock, amigo personal de McLuhan y funcionario de IBM en Toronto, accedió a aportar los recursos necesarios para poder realizar el referido experimento, y además cedió personal de IBM, a quienes fueron aplicadas las pruebas. Sin embargo, Dan Cappon, el psiquiatra responsable de diseñar el instrumento de investigación, y amigo de McLuhan, registró a su nombre el proyecto *Estudio del perfil sensorial de IBM*, situación que inclusive derivó en un litigio entre él y McLuhan. En el *Centre for the culture and Technology* –espacio multidisciplinario–, también se realizaron estudios sobre dislexia, entre otros temas. Sin embargo, del centro dirigido por McLuhan no derivaron investigaciones efectivamente relevantes. No obstante, la notoriedad de McLuhan bastaba para mantener operando al centro, que en términos de prestigio académico y visibilidad mediática reportaba grandes beneficios a la Universidad de Toronto.

En 1964 la editorial Holt, Rinehart & Winston publicó, en dos volúmenes, una antología de McLuhan sobre literatura inglesa, con el título *Voices of Literature*.<sup>38</sup> Ese mismo año McGraw-Hill publicó el libro *Understanding media. The extensions of man*,<sup>39</sup> que definitivamente admite ser considerado como la referencia seminal de “la ecología de los medios”, la cual, de acuerdo con Neil Postman:

“Media Ecology looks into the matter of how media of communication affect human perception, understanding, feeling, and value; and how our interaction with media

---

<sup>38</sup> En castellano: *Voces de la literatura*. El tercer volumen “El sonido, las máscaras y las funciones” fue publicado en 1970, en Nueva York, por Holt, Rinehart y Winston.

<sup>39</sup> La primera edición de *Understanding Media*, el libro más importante en la obra de McLuhan –aunque no su *best seller*– fue publicada en inglés, en 1964. McLuhan solía referirse a ese libro como “The electronic call girl”. En 1969 la Editorial Diana publicó la primera edición en castellano. El referido libro ha sido traducido a más de 20 idiomas. En 2003, Ginko Press sacó a la venta la “versión crítica” de *Understanding media*.

facilitates or impedes our chances of survival. The word ecology implies the study of environments: their structure, content, and impact on people. An environment is, after all, a complex message system which imposes on human beings certain ways of thinking, feeling, and behaving. It structures what we can see and say and, therefore, do. It assigns roles to us and insists on our playing them. It specifies what we are permitted to do and what we are not. Sometimes, as in the case of a courtroom, or classroom, or business office, the specifications are explicit and formal. In the case of media environments (e.g., books, radio, film, television, etc.), the specifications are more often implicit and informal, half concealed by our assumption that what we are dealing with is not an environment but merely a machine. Media ecology tries to make these specifications explicit. It tries to find out what roles media force us to play, how media structure what we are seeing, why media make us feel and act as we do. Media Ecology is the study of media as environments”.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> En castellano: “La Ecología de los Medios analiza como los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación, y el valor; y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra ecología implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Un ambiente es un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, sentir, y actuar. Estructura lo que podemos ver y decir, y por consiguiente, hacer. Asigna roles e incide en el ejercicio de los mismos. Especifica qué podemos y qué no podemos hacer. En algunas ocasiones, como es el caso de un tribunal, un salón de clases, o una oficina, las especificaciones son formales y explícitas. En el caso de ambientes mediáticos (libros, radio, cine, televisión, etc.), las especificaciones por lo general son implícitas e informales, parcialmente ocultas, por el supuesto de que no estamos tratando con un ambiente sino simplemente con una máquina. La ecología de medios pretende hacer explícitas estas especificaciones tratando de encontrar qué roles nos obligan a jugar los medios, cómo los medios estructuran lo que estamos viendo, y la razón por la cual éstos nos hacen sentir y actuar de la manera en que lo hacemos. La Ecología de los Medios es el estudio de los medios como ambientes”. Véase: *What is Media Ecology?* (¿Qué es la Ecología de los Medios?), Neil

En la bibliografía selecta de obras sobre “ecología de medios”, elaborada por Lance Strate,<sup>41</sup> para la Media Ecology Association<sup>42</sup> la primera referencia bibliográfica es *Understanding media. The extensions of man*. El libro comprende una introducción, una primera parte con siete capítulos, y una segunda con 26, la cual comprende el análisis de medios de transporte, como la rueda, hasta la realidad virtual. En las primeras líneas del libro es posible advertir como McLuhan parece anticipar el advenimiento de Internet:

“Tras tres mil años de explosión, mediante tecnologías mecánicas y fragmentarias, el mundo occidental ha entrado en implosión. En las edades mecánicas extendimos nuestro cuerpo en el espacio. Hoy, tras más de un siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación” (McLuhan, 1996: 24-25).

Uno de los temas centrales del libro es la teoría de la invisibilidad- visibilidad de los ambientes mediáticos. Según McLuhan, un nuevo ambiente mediático, creado por una nueva tecnología, solo es posible percibirlo en el momento en el cual irrumpe otra nueva tecnología, procediendo a modificarlo. En ese caso el ambiente

---

Postman. Disponible en: [http://www.media-ecology.org/media\\_ecology/](http://www.media-ecology.org/media_ecology/)  
Fecha de consulta: 22 de noviembre de 2011.

<sup>41</sup> Lance Strate (1957- ). Fue presidente de la Media Ecology Association. Se desempeña como catedrático en la Universidad de Fordham. Fue destacado discípulo de Neil Postman.

<sup>42</sup> Véase: [http://www.media-ecology.org/media\\_ecology/](http://www.media-ecology.org/media_ecology/) Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2011.

anterior se vuelve visible mientras el nuevo se torna invisible para el público usuario de la nueva tecnología. Esto significa que la visión del mundo, en la mayoría de las personas, siempre está ubicada un paso atrás del cambio tecnológico. Si entendemos las revolucionarias transformaciones causadas por los medios, podremos anticiparlas y controlarlas, pero si permanecemos inmersos en el trance subliminal que suelen producir las nuevas tecnologías, siempre seremos esclavos de los efectos tecnológicos. Claudia Benassini, destacadísima investigadora mexicana y miembro del consejo editorial de *Razón y Palabra*, identifica dos importantes características de los ambientes mediáticos, que además nos permiten comprender el sentido de una tesis central en el pensamiento de McLuhan: el medio es el mensaje:

“La primera, no son sólo contenedores, sino procesos que cambian el contenido y hacen visible el ambiente anterior. En consecuencia, los nuevos medios son nuevos ambientes; esto es por lo que los medios son los mensajes. A manera de ejemplo, McLuhan señala que los periódicos crean un ambiente de información, pero aún sin crimen como contenido, no seríamos capaces de percibir el ambiente. Dicho de otra manera, los periódicos tienen que presentar malas noticias, pues de otra forma sólo habría anuncios o buenas noticias. Sin las malas noticias, advierte, no podríamos discernir las reglas de fondo del ambiente. La segunda característica es que los ambientes realmente totales y saturados son invisibles. Los que percibimos son fragmentarios e insignificantes comparados con los que no vemos. No obstante, los ambientes creados por las nuevas tecnologías resultan invisibles mientras hacen visibles a los nuevos ambientes. McLuhan ilustra esta característica a través de las películas viejas que presenta la televisión: las películas que alguna vez fueron ambientales y visibles, a través de este medio han devenido en una forma altamente apreciada de hacer arte” (Benassini 2007: 130).

El medio es el mensaje, según McLuhan, porque: “las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva” (McLuhan, 1996: 29).

En *Understanding Media: the extensions of man*, McLuhan designó a la televisión como “gigante tímido, a partir de una cita de Edith Efron,<sup>43</sup> publicada en *TV Guide*, en la edición correspondiente a la semana del 18 al 24 de mayo de 1963. McLuhan consideraba que la televisión –extensión del sentido del tacto y medió frío–,<sup>44</sup> era el invento más importante del hombre en el siglo XX. McLuhan comprendía a la televisión como extensión del sentido del tacto, porque el impacto sensorial de la televisión se centra en la capacidad táctil de la imagen. El sentido del tacto involucra todos los sentidos. Debido a la baja definición de las imágenes de la televisión, McLuhan la consideró como medio frío. No pocos académicos han restado relevancia a la distinción entre medios fríos y calientes, por considerar que se trató de una simple ocurrencia de McLuhan, cuando en realidad se trata de una de sus tesis centrales. Según McLuhan, los posibles efectos de los medios en la sociedad dependen de su temperatura.

El éxito del libro –un auténtico *best seller*, con más de 100,000 ejemplares vendidos– fue absoluto. McLuhan fue obligado tema de conversación entre las élites intelectuales y artísticas. Tom Wolfe afirmó que McLuhan debería ser reconocido como el pensador más grande en la historia, después de Newton, Darwin, Einstein y Pavlov. McLuhan había transitado de la condición de celebridad a moda. Los publicistas Gerald Mason Feigen y Howard Luck Gossage comprendieron el valor de la marca McLuhan, y elaboraron una ambiciosa estrategia promocional. Sus conferencias llegaron a cotizarse en miles de dólares. *The New York Times*

---

<sup>43</sup> Edith Efron (1922-2001) Periodista estadounidense y escritora. Icono de *TV Guide*.

<sup>44</sup> En *Understanding Media*, McLuhan introdujo su conocida diferenciación entre medios fríos y calientes. Los medios fríos, son de baja definición y deben ser completados por las audiencias. En cambio los medios calientes son de alta definición, unidireccionales, ricos en información y no promueven la participación del público.

designó a McLuhan como “el profeta número uno de la conciencia-expansiva de la era del arte”. Las revistas *New Yorker*, *Playboy*, *Harper’s Bazar*, *TV Guide*, *Newsweek*, *Glamour*, *Saturday Review*, *Vogue*, y *Look*, entre muchas otras, se sumaron a la promoción del llamado “profeta de los *mass media*”. En la Unión Americana todos los medios impresos querían publicar alguna entrevista a McLuhan, quien también concedió entrevistas a la televisión. *Understanding Media: the extensions of man* fue un parteaguas definitivo en la vida de Marshall McLuhan.

En 1967 la editorial Bantam Books publicó el libro *The medium is the message: An inventory of effects*, ilustrado por el diseñador Quentin Fiore.<sup>45</sup> De la primera edición del libro, cuyas pretensiones artísticas resultan evidentes, fueron vendidos medio millón de ejemplares. En ese texto, cuyo diseño editorial definitivamente resultó muy vanguardista para su época, es posible ubicar algunas de las principales tesis de McLuhan. De hecho, el libro ha sido considerado como una síntesis de la obra y el pensamiento de Marshall McLuhan, quien en el texto ofreció una aguda explicación sobre el sentido de la sucesión de metáforas, el diseño y el estilo narrativo empleado, que además le permitió afirmar la condición eminentemente subversiva del arte en la edad eléctrica:

“Las reglas fundamentales, la estructura penetrante y los patrones generales de los ambientes eluden la percepción fácil. Los antiambientes, o las contra situaciones creadas por artistas, proporcionan recursos de atención directa y nos permiten ver con mayor claridad” (McLuhan 1987: 68).

La mayoría de las personas –afirmó McLuhan– infiere la existencia de los ambientes mediáticos desde una perspectiva fija. McLuhan atribuía tal inercia perceptual al legado cultural de la imprenta. En cambio el artista, a quien consideraba un agente eminentemente subversivo, es capaz de mirar las cosas desde una perspectiva compleja.

---

<sup>45</sup> Quentin Fiore (1920- ). Destacado diseñador gráfico, considerado uno de los más emblemáticos diseñadores en la década de 1960.

Pocos meses después, la CBS empezó a venderla versión sonora de ese libro como disco LP. En marzo de 1967, la cadena NBC transmitió el documental *This is Marshall McLuhan*, que tuvo una hora de duración y fue producido por Ernst Pintoff. A pesar de los positivos comentarios que recibió el documental, éste nunca fue del agrado de McLuhan. En esos días de gloria, grandes empresas y corporativos solicitaron sus servicios como consultor, para asesorarles sobre cualquier tema o problema posible –Bell Telephone, IBM y General Motors, por ejemplo–. La marca McLuhan demostraba entonces una formidable rentabilidad multimediática.

En 1967 McLuhan fue distinguido con la Cátedra de Humanidades Albert Schweitzer 1967-1968, de la Universidad de Fordham, ubicada en pleno corazón del Bronx, en Nueva York,<sup>46</sup> y con un presupuesto de 100,000 dólares. Con los recursos de la cátedra McLuhan decidió incorporar a Edmund Carpenter y Harley Parker.<sup>47</sup> Finalmente Fordham tuvo que asumir la totalidad del presupuesto destinado a la referida cátedra, pues Louis Lefkowitz, entonces procurador de Nueva York –y curiosamente egresado de Fordham–, objetó que una universidad religiosa (Fordham) recibiera los beneficios de los fondos estatales. McLuhan dictó clase a un grupo de 178 estudiantes en Fordham, muchos de los cuales ni residían en Nueva York ni estudiaban en Fordham, pero ex profeso se inscribieron a la cátedra del profesor Marshall McLuhan. Además de dictar frecuentes conferencias, aprovechó su estancia en Nueva York para establecer algunos vínculos con determinadas personalidades. Tony Schwartz, por ejemplo, reconocido publicista y fan de McLuhan.

Hacia finales de ese año, los mareos y desmayos que sufría empezaron a ser más frecuentes. Renuente a consultar doctores, pero forzado por las circunstancias, McLuhan finalmente fue

---

<sup>46</sup> En Nueva York, Marshall McLuhan forjó una escuela de pensamiento. Además de su trascendental labor en la Universidad de Fordham, ubicada en el Bronx, sus tesis fueron recuperadas en New York University, donde Neil Postman se desempeñó durante muchos años como decano del Departamento de Cultura y Comunicación.

<sup>47</sup> Harley Parker (1915-1992). Diseñador y artista canadiense.

persuadido de la necesidad de realizarse un chequeo médico en el Hospital Columbia Presbiteriano, en Nueva York. Los análisis revelaron la existencia de un tumor en su cerebro, aún benigno. No sin oponer cierta resistencia, McLuhan aceptó ser operado. La cirugía tomó más de 15 horas. Durante el otoño de 1968<sup>48</sup> McLuhan retornó a Toronto. En septiembre de ese agitado año de 1968 –considerado por Octavio Paz como año axial–, salió a la venta el libro *War and peace in the global village*,<sup>49</sup> segundo libro de McLuhan con el diseñador Quentin Fiore. De acuerdo con McLuhan, cada nueva tecnología crea un nuevo ambiente que altera la vida perceptual de la población. Además toda nueva tecnología desata una nueva guerra.<sup>50</sup> La Primera Guerra Mundial fue la guerra del ferrocarril. La Segunda Guerra Mundial fue la guerra de la radio. McLuhan afirmaba que a finales de la década de 1960, el mundo se encontraba a la mitad de la Tercera Guerra Mundial: la guerra de la televisión. La paz es posible gracias al arte, que contribuye a la adecuación hombre-ambiente. Las ventas de este libro fueron sensiblemente menores a las reportadas con *The medium is the massage: An inventory of effects*.

Además en 1968 fue publicado el libro *Through the vanishing point: Space in poetry and painting*,<sup>51</sup> en el cual McLuhan contó con la colaboración del pintor y diseñador canadiense Harley Parker. En el referido texto ensayaron el ensamblaje de determinadas imágenes y pinturas –desde las cavernas a la televisión– incluyendo, por supuesto, comentarios de McLuhan. La crítica especializada recibió el libro con fría indiferencia, situación

---

<sup>48</sup> A finales de la década de 1960 el centro de McLuhan fue reubicado en el número 39 A de Queens´ Park Crescent East. Maurice, el hermano menor de Marshall McLuhan, asumió el rol de secretario particular.

<sup>49</sup> En castellano: *Guerra y paz en la aldea global*, publicado en castellano con ese mismo título, en 1985, por la Editorial Planeta-Agostini.

<sup>50</sup> En nuestros días, por ejemplo, la nueva guerra se libra entre Google y Facebook. Apple ha conseguido mantenerse apartada de la línea de confrontación. Las rebeliones en el mundo árabe también admiten ser consideradas como efecto de la penetración de las comunicaciones móviles en esas sociedades.

<sup>51</sup> En castellano: *A través del punto de fuga. El espacio en la poesía y la pintura*.

que definitivamente consternó a McLuhan. Quizá la crítica empezaba a evidenciar los primeros síntomas de rechazo a McLuhan debido a la sobre exposición de “marca”.

En 1970 la editorial Viking Press publicó el libro *From cliché to archetype*,<sup>52</sup> el cual fue posible gracias a que Eric McLuhan recuperó las notas de los debates que sostuvieron Marshall McLuhan y el poeta canadiense Wilfred Watson,<sup>53</sup> sobre los citados temas. En el complicadísimo texto, McLuhan disertó sobre dos conceptos centrales en su pensamiento: campo y figura. En 1970, McGraw-Hill publicó otro libro de McLuhan: *Culture is our business*,<sup>54</sup> que admite ser considerado como prolongación de su primer libro, *The mechanical bride. Folklore of industrial man*, pues en el nuevo texto fueron incorporadas imágenes, anuncios, recortes de periódico. En este libro, de 27 capítulos, McLuhan disertó sobre temas culturales diversos. McLuhan afirmó que en la “Edad de la información”, la cultura y los negocios admiten estrechas semejanzas. La publicidad –afirmó McLuhan– permite pensar los grandes problemas del mundo contemporáneo. Ese libro una vez más generó comentarios divididos sobre la relevancia intelectual de McLuhan, quien fue considerado un Arquímedes contemporáneo dispuesto a mover al mundo a través de la palanca de la publicidad. Por supuesto, no faltaron críticos que afirmaron que ese texto era el menos interesante en la obra de McLuhan.

En la década de 1970 las academias canadiense y estadounidense se distanciaron sensiblemente de McLuhan, quien siguió siendo buscado por los medios de comunicación, grandes empresas e inclusive jefes de gobiernos. En México –refieren Carlos Fernández Collado y Roberto Hernández Sanpieri–, el presidente Luis Echeverría Álvarez –quien gobernó de 1970 a 1976–, pretendió convencer a McLuhan de realizar una investigación que permitiría demostrar la supuesta relación entre los programas con violencia de la televisión estadounidense y la

---

<sup>52</sup> En castellano, del cliché al arquetipo.

<sup>53</sup> Wilfred Watson (1911-1988). Poeta, dramaturgo, profesor emérito de literatura inglesa en la Universidad de Alberta.

<sup>54</sup> En castellano: *La cultura es nuestro negocio*, libro que con ese mismo título fue publicado por Editorial Diana, en 1975.

guerrillera en el estado de Guerrero. Por supuesto McLuhan se negó a prestarse al disparate echeverrista.

En noviembre de 1977, Pierre Elliot Trudeau, primer ministro de Canadá, visitó el centro que McLuhan dirigía. Entre ambos surgió una buena amistad, la cual es posible confirmar a partir de la nutrida correspondencia que mantuvieron. McLuhan amistosamente dio algunas recomendaciones a Trudeau pero el equipo de asesores del ministro las pasó por alto, a pesar de resultar muy atinadas. Sobre la popularidad de McLuhan en la década de 1970, Christopher Horrocks señala:

“La popularidad de McLuhan también descendió debido a su relación bastante ambivalente con la industria y los medios de comunicación. A mediados de la década de 1970, la fama de McLuhan había llegado a cotas máximas, y durante el resto de la década su popularidad e influencia se fueron debilitando. Había sobreexposto su obra en los medios de comunicación y se había convertido en una personalidad (apareció incluso en la película *Annie Hall*, del director Woody Allen, en 1977). A sus libros escritos conjuntamente con otros autores se dedicaron cada vez menos reseñas, y un clima político cambiante lo marginó. La gente encontró que McLuhan era demasiado oportunista; consideraron que se vendía con mucha facilidad, que estaba siempre dispuesto a aparecer por televisión y radio, y de algún modo empezó a formarse una aura negativa a su alrededor. Tal como añade Robert Fulford, McLuhan se propuso vender sus ideas a las empresas y a los gobiernos por dinero, y por ese motivo tenía que ser famoso; él quería ser famoso”. (Harrocks 2004: 21-22).

En la década de 1970, Marshall McLuhan renunció a buena parte de su optimismo. Atribulado por sus aflicciones, infería el fin de la historia, supuesto que agudizó su radicalismo moral. Los *mass media* –señalaba– modelaban al “hombre descarnado”, carente de identidad. La televisión representaba una negativa influencia en los niños, impidiéndoles desarrollar su hemisferio izquierdo del

cerebro. En 1977 McLuhan llegó al extremo de sugerir a Jerry Brown, gobernador de California, limitar el acceso de la ciudadanía a la televisión, sugerencia que Brown por supuesto rechazó. También en la década de 1970 McLuhan modificó su opinión sobre la publicidad, calificándola como una violenta agresión a las conciencias privadas. Para agudizar su fatalismo, mientras avanzaba la década de 1970, disminuía el número de alumnos que asistían al seminario de los lunes, que en algunas sesiones se limitó a solo 6 estudiantes.

En 1972 fue publicado el libro *Take today: the executive as dropout*,<sup>55</sup> en el cual contó con la colaboración de Barrington Nevitt.<sup>56</sup> Gracias a la paciencia de Ethel Cunningham, a quien McLuhan acusó de no tomarlo en cuenta, el extenso manuscrito adquirió la forma de un libro. El tema central del referido texto es el análisis del impacto de los *mass media* en las organizaciones. McLuhan y Nevitt identificaron una serie de tendencias. La eterización del *hardware* por el *software*, por ejemplo, responde a las transformaciones en el *hardware* de la era industrial (fábricas, líneas de montaje), al *hardware* de la era electrónica (computadoras, microprocesadores). La segunda tendencia que describieron los autores se relacionó con los cambios en la estructura laboral que, por su complejidad, definitivamente desbordan las capacidades de los ejecutivos expertos. En la nueva ecología laboral los nuevos roles desplazan a los viejos trabajos. La tercera tendencia que refirieron los autores tenía que ver con la descentralización en las organizaciones. Ese libro, publicado en 1972, bien podría ser recuperado en nuestros días como estupenda guía para comprender los efectos de la economía digital en las organizaciones, que con notable visión McLuhan y Nevitt anticiparon. No obstante, las ventas del libro no fueron muy significativas.

---

<sup>55</sup> En castellano: Toma hoy. El ejecutivo como marginal.

<sup>56</sup> Barrington Nevitt (1908-1995) ingeniero electricista con gran experiencia en la esfera empresarial. Asistente de McLuhan en los semanarios de los lunes en el Centre de Cultura y Tecnología.

A partir de 1973 Marshall y Eric McLuhan empezaron a trabajar en el libro *Laws of media: The new science*,<sup>57</sup> el cual finalmente fue publicado en 1988; es decir, 8 años después de la muerte de McLuhan. Partiendo de Karl Popper,<sup>58</sup> los McLuhan se cuestionaron ¿qué afirmación se puede hacer acerca de los medios y de las tecnologías de la información que cualquiera pueda poner a prueba –confirmar o refutar?–, ¿qué tienen en común?, ¿qué hacen? Como resultado de la búsqueda de respuestas, los McLuhan derivaron 4 leyes:

- 1ª) Cada tecnología extiende o amplifica algún órgano o facultad del usuario;
- 2ª) Dado que hay un equilibrio en la sensibilidad, cuando un área de la experiencia se intensifica o eleva otra queda disminuida o embotada;
- 3ª) Cada forma, llevada al límite de su potencial, invierte sus características;
- 4ª) Todo medio se trasciende a sí mismo y se convierte en algo distinto.

Cuatro proposiciones fundamentan las referidas leyes: extensión, caducidad, recuperación y reversión.

La “tétrada” supone simultaneidad, no secuencialidad. La aplicabilidad de la tétrada –afirmaron los McLuhan– no solo explicaría la fenomenología de los cambios tecnológicos, comprendería todo fenómeno humano.

En 1975, Marshall McLuhan disfrutó de un periodo sabático que le permitió viajar a Barcelona, México, Bahamas y el Reino Unido –donde grabó un programa para la BBC–, además de recorrer algunas ciudades de Canadá y la Unión Americana. En 1976 filmó la célebre escena en la película *Annie Hall*, dirigida por

---

<sup>57</sup> En castellano: Las leyes de los medios: La nueva ciencia. Ese libro fue publicado en castellano en 1990, con el mismo título, en la Colección Los Noventa, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y la editorial Alianza.

<sup>58</sup> Karl Popper (1902-1994) Nació en Austria. Filósofo, sociólogo y teórico de la ciencia. Posteriormente adoptó la ciudadanía inglesa.

Woody Allen, en la cual aceptó interpretarse a sí mismo y en la que participó el propio Allen. En octubre de ese año, McLuhan sufrió un infarto; sin embargo, para no evidenciar su deteriorada salud, tan pronto fue dado de alta regresó a sus actividades cotidianas.

En 1977, McLuhan publicó el libro *City as classroom: understanding language and media*, en el cual colaboraron Eric y Kathryn Hutchon.<sup>59</sup> El texto fue concebido para estimular la alfabetización mediática y denunciar los efectos negativos de la televisión sobre estudiantes de escuelas preparatorias. Marshall McLuhan invitó a la profesora Kathryn explicar a estudiantes de nivel medio las consecuencias de ver televisión. Además, Marshall extendió la invitación a Eric. Finalmente Marg Steward, la secretaria de Marshall, se dedicó a dar orden a las ideas vertidas por los tres autores. El texto fue un fracaso editorial. Ni la academia ni el mercado mostraron interés por el libro.

En 1978, McLuhan dio un paso muy significativo para distanciarse de la academia. Con Gerald Goldhaber<sup>60</sup> y el consultor político Don Williams inició las operaciones de la firma McLuhan, Goldhaber y Williams, con oficinas en Las Vegas, Nevada y Búfalo, Nueva York. A través de la agencia McLuhan pudo experimentar algunas tesis, como la encuesta de los dos hemisferios del cerebro y la “teoría carismática del liderazgo”. La firma consultora no ganó grandes contratos. Quizá el más importante lo obtuvieron con la Comisión de Tráfico de Toronto.

En 1979 se incorporó Bruce R. Powers<sup>61</sup> al centro que dirigía McLuhan. Powers McLuhan y Powers emprendieron la publicación de un libro sobre el papel de los medios en la aldea global, el cual fue publicado diez años después, en 1989, ya muerto Marshall McLuhan, con el siguiente título: *The Global Village*.

---

<sup>59</sup> Kathryn Hutchon. Profesora, fue discípula de Marshall McLuhan.

<sup>60</sup> Gerald M. Goldhaber. Profesor de la Universidad de Nueva York. Escribió en *TV Guide*. Experto en temas de comunicación organizacional, autor del libro *Organizational Communication*, publicado en castellano con el título: La comunicación en las organizaciones. Es presidente de la firma Goldhaber Research Associates

<sup>61</sup> Bruce R. Powers reconocido investigador en la Universidad de Niágara, experto en temas de tecnologías de información.

*Transformations in world life and media in the 21<sup>st</sup> century*,<sup>62</sup> destacando como autores a Marshall McLuhan y Bruce Powers. El libro fue editado por Corinne McLuhan y Bruce Powers.

A comienzos de 1979 McLuhan empezó a perder la vista. No podía ver con el ojo izquierdo. A pesar del delicado estado de su salud, en febrero retornó a las actividades del centro, dictando conferencias en algunas ciudades de Estados Unidos y Montecarlo. La Universidad de Wisconsin lo distinguió con un doctorado “honoris causa”. La tarde del 26 de septiembre sufrió un ataque masivo, impidiéndole hablar, leer y escribir.

La Universidad de Toronto exhibió reprobable ingratitud hacia McLuhan, al determinar cerrar el centro que dirigía, después del interinato del profesor EA McCulloch, y sin tomar en consideración las peticiones de los familiares de Marshall como las cartas de apoyo que remitieron a las autoridades universitarias, personalidades como Woody Allen, Neil Postman, Walter Ong, Edward Hall, Gerald Goldhaber y Jerry Brown, gobernador de California. El 17 de junio de 1980 la Universidad de Toronto convocó a los medios informativos para darles a conocer la clausura del *Centre for the Culture and technology*. Días después el centro empezó a ser desmantelado. La noche del 31 de diciembre de 1980 murió Marshall McLuhan en su residencia. El funeral ocurrió el día 3 de enero de 1981 en la Iglesia del Santo Rosario, en Toronto, Canadá.

Después de la muerte de Marshall McLuhan, hasta finales de julio de 2011 han sido publicados los siguientes libros en los cuales ha sido incluido como coautor: *Laws of media: The new science*; *The Global Village* –con Eric McLuhan– (1988); *Transformations in world life and media in the 21<sup>st</sup> century* –con Bruce Powers– (1989); *The book of probes* (2003) –Marshall McLuhan y David Carson; *Understanding me. Lectures and Interviews*–, editado por Stephanie McLuhan y David Staines (2004); *Marshall McLuhan*

---

<sup>62</sup> En castellano: *La Aldea Global: Transformaciones en la vida del mundo y los medios de comunicación en el siglo 21* (Comunicación y Sociedad). Con ese título fue publicada la versión en castellano de ese libro, que formó parte de la *Colección El Mamífero Parlante*, que Eliseo Verón coordinó para la Editorial Gedisa.

*Unbound* –editado por Eric McLuhan– (2005); *Media and formal cause* (2011) –Marshall y Eric McLuhan–; *Theories of Communication* (2011).

## Bibliografía

- Benassini, C. “Orígenes y desarrollos recientes de Sociedad de la Información. Una introducción al pensamiento de Norbert Wiener, Marshall McLuhan y Daniel Bell. En Rebeil, M. (Coord.). *Anuario XIV CONEICC*, México, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.
- Casey, Man Kong Lum: "The Intellectual Roots of Media Ecology". En *The New Jersey Journal of Communication* . Vol. 8. Número 1. Primavera de 2000, p.1-8.
- Crosby, H. and Bond, G. (Editors). (1968). *The McLuhan Explosion*, New York, American Book Company.
- Day, B. (1967). *The Message of Marshall McLuhan*. London, Lintas.
- DeMott, B. “Against McLuhan”. En Stearn, G. (ed). (1967). *Hot and Cool A Critical Symposium*, New York, The Dial Press.
- Duffy, D. (1969). *Marshall McLuhan*. Toronto, McClelland and Stewart.
- Fernández Collado, C, y Sampieri, R. (2004). *De la torre de marfil a la torre de control*, México, Instituto Politécnico Nacional. (Versión disponible en *Razón y Palabra*: <http://www.razonypalabra.org.mx>).
- Finkelstein, W. (1968). *Sense and Nonsense of McLuhan*, New York, International Publishers.
- Gates, B. (1999). *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*, USA, Warner Books.
- Goldhaber, G. (1990). *Comunicación Organizacional*, México, Diana.
- Goody, J. (1977). *The Domestication of the Savage Mind*, Cambridge, England and New York, Cambridge University Press.
- Gordon, W.T. (1988). *Marshall McLuhan. Escape into Understanding: the Authorized Biography*. USA, Basic Books.
- (2010). *McLuhan*, USA, Continuum.
- (2010). *McLuhan. A Guide for the Perplexed*, USA, Continuum.
- y Willmarth, S. (1988). *McLuhan para principiantes*, Argentina, Era Naciente NRL.
- Gordon, W.T (2003). *Understanding media: the extension of man*. Critical edition, Germany, Ginko Press.
- Harrocks, C. (2004). *McLuhan y la realidad virtual*, España, Gedisa.
- Innis, H. (1950). *Empire and Communications*, Oxford, Clarendon Press.

- Innis, H (1951). *The Bias of Communication*, Toronto, University of Toronto Press.
- Johnson, S. (1997). *Interface culture: How new technology transforms the way we create and communicate*. New York: Harper Collins.
- Kong, C. (2006). *Perspectives on culture, technology and communication*. USA. Hampton Press.
- Kroker, A. (1985). *Technology and the Canadian Mind: Innis/McLuhan/Grant*, New York, St. Martin's.
- Levinson, P. (1997). *The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution*, London and New York, Routledge.
- (1999). *Digital McLuhan. A guide to the information millennium*, London-New York, Routledge.
- Logan, R (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, USA, Peter Lang Publishing.
- Marchand, P. (1989). *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*, New York, Ticknor & Fields.
- Mattelart, A. (2000). *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*, España, Paidós.
- (2002). *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona, Siglo XXI.
- McLuhan, E., y McLuhan, M. (2011) *Theories of Communication*, USA, Peter Lang P.
- McLuhan, M. (1969). *Counterblast*, Toronto, McClelland and Stewart.
- (1970). *Culture Is Our Business*, New York, McGraw-Hill.
- (1998). *La Galaxia Gutenberg. Génesis del homo typographicus*, Barcelona, Círculo de Lectores.
- (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- (2004). *Understanding me. Lectures and interviews*, USA, The MIT Press.
- (2005). *Marshall McLuhan Unbound*. California, Ginkgo Press.
- McLuhan, M., y Carson, D. (2003). *The book of probes*, New York, Ginko Press.
- y Carpenter, E. (1970). *Explorations in Communications*, London, Cape.
- y Fiore, Q. (1968). *War and Peace in the Global Village*, New York, McGraw-Hill.

- McLuhan M., y Fiore, Q. (1987). *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*, Barcelona, Paidós.
- McLuhan, M., y McLuhan, E. (1990). *Las leyes de los Medios. La Nueva Ciencia*. México, Alianza.
- (2011). *Media and formal cause*. Houston: NeoPoiesis Press.
- McLuhan M., y McLuhan, E., y Hutchcon, K. (1977). *The City As Classroom*. Agincourt, Ontario, Book Society of Canada.
- McLuhan M., y Nevitt, B. (1972). *Take Today: The Executive As Dropout*, New York, Harcourt Brace.
- McLuhan, M., y Parker, H. (1968). *Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting*, New York, Harper.
- McLuhan, M., y Watson, W. (1970). *From Cliché to Archetype*, New York, Viking Press.
- Miller, J. (1971). *McLuhan*, New York, Viking Press.
- Paz, O. (1996) “Claude Levi-Strauss o el nuevo festín de Esopo”, en *Ideas y costumbres II. Usos y símbolos. Obras Completas Edición del Autor T.10, 2ª ed.* México, Fondo de Cultura Económica. [1ª ed. Barcelona, Seix Barral, 1967].
- Postman, N. (1986). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*, New York, Penguin.
- (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*, New York, Knopf.
- y Weingartner, C. (1969). *Teaching as a Subversive Activity*, New York, Delacorte.
- Rosenthal, R. (ed). (1968). *McLuhan: Pro and Con*, USA, Funk and Wagnalls.
- Sanderson, F., y Macdonald, F. (1989). *Marshall McLuhan: The Man and His Message*, Colorado, Fulcrum.
- Strate, L. "A Media Ecology Review". En *Communication Research Themes*. Centre for the study of Communication and Culture. Volume 23, No. 2, 2004, p. 3-39.
- Theall, Donald F. *The Medium Is the Rear View Mirror: Understanding McLuhan*. Montreal: McGill-Queens University Press, 1971.
- Wolfe, T. (1975). *The New Journalism*, USA, EW Johnson.



# Marshall McLuhan: Exploraciones en tres aportaciones

**Claudia Benassini Félix**<sup>63</sup>

Durante el mes de julio de 2011 se ha conmemorado el centenario del nacimiento de Marshall McLuhan, cuyas ideas se han releído y replanteado con mayor énfasis a raíz de los procesos de globalización y digitalización de las comunicaciones, cuyas claves fueron caracterizadas metafóricamente como medios “fríos” y “calientes”, “medios como traductores”, “aldea global” etc. Si bien sus textos clave fueron escritos durante la década de 1960, es bajo estos nuevos escenarios que muestran su vigencia al proporcionar claves para entender el cambiante panorama comunicacional.

Sin embargo, por razones que escapan a los propósitos de este trabajo, es claro que Marshall McLuhan no ha sido suficientemente leído en nuestros contextos hispanoamericanos. Salvo excepciones (por ejemplo Islas y Gutiérrez 2005), la constante suele ser una alusión al pensador canadiense que normalmente evidencia que quien lo cita no lo ha leído a profundidad.<sup>64</sup> En otros contextos, el acceso a los trabajos macluhanianos se ha complicado,

---

<sup>63</sup> Claudia Benassini Félix Investigadora de temas relacionados con la cultura digital. Actualmente imparte clases en la Universidad Lasalle. También se desempeña como investigadora asociada en el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México. Colabora en diversas publicaciones nacionales y extranjeras y forma parte del consejo editorial de la revista web *Razón y Palabra*. Su correo electrónico es [claudia.benassini@gmail.com](mailto:claudia.benassini@gmail.com)

<sup>64</sup> De hecho, consideramos que una contribución al trabajo de McLuhan sería justamente la presentación de las referencias que nuestros colegas latinoamericanos hacen a su lectura, a pesar de no tener una idea clara sobre sus aportaciones. Como se verá en su momento, “el medio es el mensaje” y la “aldea global” son las expresiones más socorridas y menos conocidas de la literatura mcluhaniana.

paradójicamente, por vía de la globalización, puesto que los conglomerados multimedia que incluyen a las industrias editoriales han transformado las asociaciones que desde 1964 pusieron en circulación sus trabajos en español.

Desde esta perspectiva, una primera versión de ensayo se presentó hace cuatro años, en el Encuentro en México de la Media Ecology Association, organismo que agrupa a los principales investigadores de la obra McLuhiana. En su momento, esa primera versión obtuvo el reconocimiento como el mejor ensayo sobre McLuhan en el marco del concurso organizado en el marco del citado encuentro. Presentamos ahora una versión ampliada. Su punto de partida es la selección de tres aportaciones de su pensamiento mcluhiano al estudio de la comunicación: los “ambientes”, una aportación fundamental para el estudio de los medios digitales y sus repercusiones sociocultural. “El medio es el mensaje”, puesto que es el eje medular de la teoría mcluhaniana que le confiere vigencia en la era de las comunicaciones digitales. Finalmente, la “aldea global”, una preocupación presente en buena parte de su obra, que corresponde al momento que vivimos desde hace algunos años y que, adicionalmente, nos permite traer a McLuhan a la época actual para ver de cerca la pertinencia de sus aportaciones.

## **El contexto**

La década de 1960 fue relevante para la constitución de los medios de comunicación, nuevos y tradicionales. En ese momento cristalizan una serie de proyectos que se habían venido trabajando en décadas previas, a la vez que se van configurando otros que cristalizarán en épocas recientes. Así, si bien desde 1947 la National Broadcasting Company inició los experimentos para la transmisión de la televisión a color, durante los primeros años de la década comenzaron a venderse masivamente en Estados Unidos los televisores que, al atractivo propio de la programación consagrada al entretenimiento, ofrecía ahora un colorido rudimentario con la promesa –ahora cumplida– de mejorarlo en aparatos posteriores. Un elemento adicional, que ya para ese momento pasaba

inadvertido para buena parte de las audiencias que contaban con aparatos actualizados, fue la incorporación definitiva del transistor. Asimismo el videotape, cuya introducción formal al medio se remonta a una década previa, hizo posible la grabación de al menos una parte de la programación televisiva...

Los tres elementos contribuyeron a incrementar la oferta programática de la televisión, toda vez que pudo mantenerse encendido por largos periodos de tiempo, ahora con una programación a colores, escasa todavía, pero con la promesa de incrementarse en las subsiguientes temporadas. Además, a la ya consolidada programación por televisión abierta se añadieron los sistemas de paga, con sus promesas de venta centradas tanto en el mejoramiento de las señales hasta entonces ofrecidas únicamente por vía aérea y, además, el incremento en los canales de televisión y, consecuentemente, en los espacios destinados al entretenimiento.<sup>65</sup> Finalmente, en el contexto estadounidense, cabe destacar que en 1962 se inician las transmisiones de la Spanish International Network (SIN), que hacia 1976 se convertirá formalmente en la cadena Univisión: la primera cadena de televisión en español ubicada en Estados Unidos.<sup>66</sup>

En este contexto cabe destacar que si bien el modelo comercial norteamericano daba prioridad al entretenimiento, la información pronto comenzó a constituirse en un espacio concebido para conquistar al teleauditorio. Con este compromiso como telón de fondo, en los primeros días de 1960 se llevó a cabo

---

<sup>65</sup> Hacia finales de 1960 surgió en Estados Unidos el Public Broadcasting System, *PBS* por sus siglas en inglés, sistema de televisión pública que desde entonces produjo y transmitió contenidos educativos a través de canales locales, puesto que el acuerdo desde el principio fue no competir con las tres grandes cadenas televisivas: NBC, CBS y ABC.

<sup>66</sup> Es importante este señalamiento, ya que entre 1962 y 1976 la programación entonces proveniente exclusivamente de Telesistema Mexicano se transmitía en estaciones locales ubicadas en los estados de California, Texas y el noroeste de Estados Unidos. La posibilidad de transmitir en cadena abrió la puerta a los grandes anunciantes que enfocaban sus baterías a las cadenas nacionales, no locales. La publicidad local era limitada y, desde luego, arrojaba ingresos menores que la de carácter nacional.

el debate entre los candidatos a la presidencia de la República: el republicano Richard M. Nixon y el demócrata John F. Kennedy, quien desde los primeros momentos de la transmisión hizo gala de su carisma frente a las cámaras –*telegenia*, se dice ahora– mismo que, de acuerdo con los expertos, fue decisivo para su triunfo en las elecciones que se llevaron a cabo unos días más tarde.

Pero quizá a la búsqueda de *rating* contribuyó de manera más decisiva el incremento de la violencia social que encontró en los informativos un espacio que se fue consolidando con el transcurso del tiempo. En noviembre de 1963 el presidente Kennedy fue asesinado durante una gira de trabajo por el estado de Texas<sup>67</sup> a manos de Lee Harvey Oswald quien, a su vez, fue asesinado horas más tarde cuando era trasladado para rendir su declaración: un acontecimiento que fue indiscretamente cubierto por las cámaras de televisión que se aprestaban a dar cuenta del hecho y que, indirectamente, grabaron el momento en que Jack Rubinstein salía de entre los testigos concentrados en el pequeño recinto y disparaba a matar al magnicida. Unos años más tarde, la televisión transmitió las primeras imágenes ligadas con el asesinato del líder pacifista Martin Luther King y, ya hacia finales de la década, en junio de 1968, las de Robert F. Kennedy, asesinado durante su campaña para buscar la candidatura presidencial por el Partido Demócrata.

De igual forma, la violencia estuvo presente en las imágenes que cotidianamente transmitieron los noticiarios de televisión sobre los pormenores de la guerra de Vietnam, los movimientos de rechazo hacia la medida adoptada por el gobierno norteamericano, incomprensible para miles de jóvenes cuyos padres apenas dos décadas antes había pasado por la Segunda Guerra Mundial y, apenas unos años después de firmada la amnistía, por la guerra de Corea. En resumidas cuentas, a la creciente oferta de entretenimiento centrada en las teleseries, los concursos y los *late shows* que destacaron a figuras como Ed Sullivan, los noticieros incrementaban las imágenes que mostraban a un país cuya violencia social iba en aumento. En resumidas cuentas, la

---

<sup>67</sup> Las primeras imágenes que se transmitieron, horas después del suceso, provenían de cámaras cinematográficas.

información, con su creciente dosis de violencia, y el entretenimiento iniciaron en ese momento su convivencia pacífica, junto con la el inicio de los debates políticos televisados que gradualmente sustituyeron a los radiofónicos.

El preámbulo un tanto extenso referido a la televisión nos permite comentar un dato adicional. El asesinato del presidente Kennedy, ocurrido en Dallas, Texas, el 22 de noviembre de 1963, tardó doce horas en dar la vuelta al mundo. Un tiempo récord para el momento, considerando que se trataba de un acontecimiento extraordinario que puso a teletipos y rotativas a trabajar a toda su capacidad para difundir la noticia a través de la prensa y la radio, entonces los medios más utilizados para la difusión de información. Un elemento que da pie para considerar que es también en esta década cuando se producen los primeros lanzamientos de satélites de comunicación, que culminarán con los desarrollos iniciados durante la década de 1920.<sup>68</sup> De acuerdo con Patrice Flichy, el desarrollo del satélite constituye otro ejemplo de una articulación entre telecomunicaciones y audiovisual:

“Después de algunos experimentos limitados realizados en 1960, el primer satélite experimental importante es Telstar I, lanzado en 1962 por la NASA. Se trata de un satélite de deslizamiento, es decir, que gravita sobre una órbita elíptica cuyo apogeo está en el hemisferio norte. Durante media hora es visible a la vez en la costa Este de Estados Unidos y en la costa Oeste de Europa. Una de sus primeras utilidades

---

<sup>68</sup> Según Flichy (1993: 197-198), los lazos entre las telecomunicaciones datan de los inicios de la radiodifusión. A principios de la década de 1920, la ATT utiliza su red telefónica para realizar la interconexión de sus emisoras de radio y en 1926, cuando abandona la RCA, conserva su actividad de transmisión. “Posteriormente, cada una de las innovaciones en transmisión se utiliza tanto para la telefonía como para la radio-televisión. Así, ATT, que instala en 1936 el primer cable coaxial para las necesidades de la transmisión telefónica, experimentará al año siguiente con la transmisión de la televisión por este medio. Lo mismo sucede con los enlaces hertzianos de punto a punto. El enlace instalado en 1945 en Estados Unidos servirá tanto para transportar el teléfono como la radio. En 1950, ATT puede ya transportar un canal de televisión por sus haces hertzianos”.

experimentales es transmitir una imagen de televisión que será recibida en Francia por la estación de Pleumeur Boudou (el famoso *radomo*). En 1964 se pone en órbita el primer satélite geostacionario Syncom. Al contrario que el satélite de deslizamiento, es operativo permanentemente. Vía Syncom III queda asegurada la cobertura de los Juegos Olímpicos de Tokio. Los comentaristas ven en ello el inicio de una “comunicación global”. El primer satélite comercial INTELSAT I, lanzado en 1965, puede servir tanto para telefonía (240 vías) como para televisión (un canal). Todos los satélites de telecomunicaciones de los años sesenta y setenta servirán, separada o simultáneamente, para la telefonía y la televisión”. (Flichy, 1993: 198).

Siguiendo de nuevo a Flichy (1993: 199), es en la década de los 60 que se consolidan los lazos entre telecomunicaciones y audiovisual, por una parte, y telecomunicaciones e informática, por otra, entre otras razones, porque muy pronto se interesaron los informáticos por la imagen, aunque no fue la única razón. El autor llama a estos desarrollos el “todo digital”:

“En 1950 se acopla por vez primera un ordenador a un tubo catódico. (...) En 1960, General Motors lanza un sistema para el diseño de prototipos de automóviles. En el mismo año, en el MIT, J.E. Sutherland pone a punto un *software* del mismo tipo. Estos sistemas permiten una visualización gráfica interactiva, pudiendo manipular el usuario toda la imagen o parte de ella: efectuar traslaciones, rotaciones, cambios de escala. En 1963 aparece el primer programa de diseño en tres dimensiones. En 1965 un *software* de los laboratorios Bell permite suprimirlas partes ocultas. Por la misma época, gracias a los trabajos de General Electric para la NASA, se pueden calcular las superficies sobrevoladas de un avión y visualizar los colores. Estas diferentes investigaciones serán utilizadas en el diseño asistido por ordenados (CAD), el los simuladores de vuelo y, luego, en el dibujo animado por ordenador. Ken Knowlton realiza en 1969 *Incredible*

*Machine*, primer film en imágenes de síntesis”. (Flichy, 1993: 198).

Para finalizar con este recorrido por la década de 1960, cabe añadir que de manera entonces casi paralela a estas líneas de pensamiento se inicia el proyecto ARPANET, cuyos antecedentes, según Manuel Castells (2003:26) datan de 1962, con la fundación de la Oficina de Técnicas de Procesamiento de Información (IPTO) cuya función era estimular la investigación en el campo de la informática interactiva. Tres décadas más tarde, estas primeras realizaciones –junto con otras de interconexión informática y el desarrollo de los correspondientes Protocolos– dieron como resultado Internet, que a través de la *world wide web* pronto abarcó a todo el planeta.<sup>69</sup>

En resumidas cuentas, la década de 1960 se constituye en una especie de bisagra entre lo digital y lo analógico, entre la modernidad y la posmodernidad, entre lo global y lo local. Muchas de estas realizaciones se consolidarán durante los últimos años del siglo XX y principios del XXI, pero en estos primeros años se asomaba una comunicación diferente a la descrita unos párrafos arriba. Por coincidencia, esta década es la más prolífica en la bibliografía de Marshall McLuhan,<sup>70</sup> entonces identificado como Doctor en Letras por la Universidad de Cambridge; profesor de lengua y literatura inglesa, fundador de la revista *Exploraciones*, quien extendió a los medios las lecciones de lenguaje que aprendió de maestros como I. A: Richards y del crítico literario F.R. Lewis, así como de los historiadores canadienses Harold Innis y Lewis Mumford.

---

<sup>69</sup> Para una descripción más detallada al respecto, véase Castells, 2003: 25-56.

<sup>70</sup> De acuerdo con la cronología de Gordon y Wilmarth (1997: 159-160), durante esta década McLuhan publicó ocho libros: *La Galaxia Gutenberg* (1962); *Exploraciones sobre la Comunicación* (con Edmund Carpenter, 1962); *Los medios de comunicación como extensiones del hombre* (1964); *El medio es el masaje* (1967); *Exploraciones verbi-voco visuales* (1967); *A través del punto de fuga; el espacio en la poesía y la pintura* (con Harley Parker, 1968); *Guerra y paz en la aldea global* (con Quentin Fiore, 1968); y *Contraexplosión* (1969).

Y si bien la década de 1960 fue una de las más prolíficas en el desarrollo de su pensamiento, cabe señalar que el interés de McLuhan por los medios de comunicación se inició desde sus primeros años de profesor, durante la segunda mitad de la década de 1930, en las universidades de Wisconsin y St. Louis. No obstante, durante los primeros años de los cincuenta estas preocupaciones cristalizan en la revista *Exploraciones* y en *La novia mecánica* (1951), concebida en principio como una crítica a la publicidad. Sin embargo, como afirmó en 1969<sup>71</sup> a Eric Norden, reportero de la revista *Playboy*, en este libro dio un viraje en relación a sus trabajos previos:

“... hasta que escribí mi primer libro, *The Mechanical Bride*, adopté un enfoque extremadamente moralista hacia toda la tecnología ambiental. Odié la maquinaria, abominé las ciudades, equiparé la revolución industrial con el pecado original y los medios de masas con el ocaso. En pocas palabras, rechacé casi todos los elementos de la vida moderna a favor de un utopismo rousseauiano. Pero gradualmente percibí qué estéril e inútil fue esa actitud y comencé a darme cuenta de que los más grandes artistas del siglo XX –Yeats, Pound, Hoyce, Eliot- habían descubierto un enfoque totalmente diferente, basados en la identidad de los procesos de cognición y creación. Me percaté de que la creación artística es el playback de la experiencia ordinaria –desde la basura hasta los tesoros-. Dejé de ser moralista y me convertí en estudiante”. (McLuhan y Zingrone, 1998: 318).

Un viraje que lo conduciría hacia la comprensión de los medios de comunicación y los entornos en los que éstos van tomando forma:

“Pronto me di cuenta de que no era suficiente reconocer los síntomas del cambio; uno debe entender la causa del cambio, ya que sin comprender las causas, los efectos sociales y psíquicos de la nueva tecnología ni se contrarrestan ni se

---

<sup>71</sup> El dato sobre el año de la entrevista está en el citado texto de Gordon y Wilmarth.

modifican. También me di cuenta de que un individuo no puede completar estas modificaciones autoprotectoras; debe valerse del esfuerzo colectivo de la sociedad afectada en su totalidad; el individuo está sin ayuda en contra de la expansión del cambio ambiental: la nueva basura –o el nuevo mensaje– inducida por las nuevas tecnologías. Sólo el organismo social, unido y reconociendo el desafío, puede moverse para hacer frente a dicho cambio” (McLuhan y Zingrone, 1998: 318).

Hay otro punto a resaltar sobre *La novia mecánica*, pues tendrá repercusiones en el trabajo posterior de McLuhan. Su lectura no obliga a seguir el orden planteado en el índice, sino los intereses del lector.<sup>72</sup> Es decir, en lugar del seguimiento lineal, se proponía un mosaico de posibilidades similar a las opciones planteadas por la lectura del hipertexto:

“Debido al cambiante punto de vista de este libro, el lector no tiene porqué leerlo en un orden especial. Cualquier parte del libro ofrece uno o más puntos de vista del mismo paisaje social. Aún cuando Buckhardt vio que el significado del método de Maquiavelo había sido convertir el Estado en una obra de arte mediante la manipulación racional del poder, la aplicación del método de análisis del arte a la evaluación crítica de la sociedad es una posibilidad abierta. Eso es lo que pretende este libro”. (McLuhan y Zingrone, 1998: 38).

Por lo tanto, en *La novia mecánica* McLuhan innova un estilo que, según Gordon y Willarth (1997: 34), supuso el abandono de la

---

<sup>72</sup> Una recomendación similar hizo Julio Cortázar a los lectores de *Rayuela* desde 1963, cuando salió a la venta la primera edición. Un aspecto en el que han llamado la atención los teóricos del hipertexto, particularmente quienes exploran en la literatura los orígenes de este lenguaje atribuido sobre todo a los nuevos medios de comunicación. Hablando de McLuhan, Gordon y Willmarth (1997: 70) afirman que “puesto que transmitía sus mensajes a través de un medio desactualizado por la era electrónica (la página impresa), McLuhan adoptó un estilo que él llamaba ‘escritura mosaico’, que pretendía imitar la frialdad desconectada y de baja definición de la televisión”.

prosa académica a favor de un estilo más elíptico con el cual comenzó a examinar los objetos populares de la emergente era tecnológica. En este sentido:

“Las observaciones –o “indagaciones”, como las prefiere llamar– son acertijos con aforismos indescifrables, tales como “la luz eléctrica es pura información” y “la gente actualmente no lee los periódicos, se sumerge cada mañana como en un baño caliente”. McLuhan ha subrayado, respecto a su propio trabajo: “no pretendo entenderlo. Después de todo, mis asuntos son muy difíciles”. A pesar de su sintaxis convulsa, metáforas brillantes y líneas de juegos de palabras, la teoría básica de McLuhan es relativamente simple”. (McLuhan y Zingrone, 1998: 280).

En suma, en este primer trabajo se encuentra el germen de lo que serán las exploraciones mcluhanianas de la década siguiente, la más prolífica en cuanto a libros publicados, y la más prolífica en cuanto al giro de su pensamiento. Antes de pasar a este momento, consideremos la aguda crítica que hace a los trabajos de sus colegas norteamericanos; no sólo muestra las preocupaciones que estarán presentes en gran parte de sus trabajos; también evidencia la posición crítica que, en un momento álgido para el desarrollo del pensamiento comunicacional norteamericano, sostenía con respecto a la posición empirista:

“Hoy en día, cuando queremos orientarnos en nuestra propia cultura y necesitamos alejarnos de los prejuicios y presiones ejercidos por cualquier forma técnica de la expresión humana, sólo tenemos que visitar una sociedad en la que dicha forma particular no se ha dejado sentir, o un periodo histórico en el que todavía no se la conocía. El profesor Wilbur Schramm hizo uno de estos movimientos estratégicos en su estudio *La televisión en la vida de nuestros hijos*. Descubrió zonas en que la televisión no había penetrado en lo absoluto e hizo unas pruebas. Como no había hecho ningún estudio de la peculiar naturaleza de la imagen televisiva, dichas pruebas

fueron de preferencias de “contenidos”, de tiempo dedicado a ver la televisión y recuentos de vocabulario. En una palabra, su enfoque del problema fue literario, aunque de forma inconsciente. Por ello, no encontró nada que señalar. Si se hubiesen empleado sus métodos en 1500 para descubrir los efectos del libro impreso en las vidas de niños y adultos, no se habría descubierto ninguno de los cambios en la psicología individual y social que resultaron de la tipografía. La imprenta creó el individualismo y el nacionalismo en el siglo XVI. Los análisis de programa y de “contenido” no ofrecen ningún indicio de la magia de estos medios ni de su carga subliminal”. (McLuhan, 1994: 40).

Una posición que, como ya se esbozó, en buena medida se deriva de trasladar las categorías del análisis literario a la comprensión de los medios de comunicación y sus ambientes. En este contexto, es importante destacar que McLuhan tenía una concepción ampliada de “medios de comunicación”: más allá de la prensa, la radio, el cine y la televisión, los “medios” eran extensiones del cuerpo y la mente: la ropa, de la piel, la computadora, del sistema nervioso central etc. Pero también estaban presentes el ferrocarril y el telégrafo.<sup>73</sup> Éstos fueron los elementos que aplicó para la comprensión de las tres eras en las que caracterizó el desarrollo de la humanidad, cuya característica esencial es el reinado de un medio de comunicación acorde con el desarrollo tecnológico de cada era: Preliteraria o Tribal, en la que reina la palabra; la Era de Gutenberg, con el reinado de la palabra impresa y, por último, la era electrónica de la humanidad retribalizada, es decir, cuando el compromiso sensorial total –en especial el tacto- equivale a creer:

“De acuerdo con McLuhan, ha habido tres innovaciones tecnológicas básicas: la invención del alfabeto fonético que sacó al hombre tribal de su equilibrio sensitivo y le dio dominio al ojo; la introducción del tipo móvil en el siglo XVI, que aceleró este proceso; y la invención del telégrafo en

---

<sup>73</sup> Una concepción ampliada de los medios similar a la propuesta por Charles Horton Cooley a principios del Siglo XX... (Mattelart, 1998)

1844, que anunció una revolución en la electrónica, la cual a la larga retribuirá al hombre devolviéndole a su equilibrio sensitivo. McLuhan se ha dedicado a explicar y extrapolar las repercusiones de esta revolución electrónica”. (McLuhan y Zingrone 1998: 280).

En este sentido, interesado en las implicaciones socioculturales de los medios y sus modalidades en la diversidad de ambientes en que se insertan, McLuhan centró su interés en las edades mecánica y eléctrica. De la primera son propios la rueda, el alfabeto y la imprenta, mientras que de la segunda lo son el telégrafo, el radio, el cine, el teléfono, la computadora y la televisión. En la entrevista concedida a *Playboy* señala las repercusiones mediáticas de ambas edades:

“La tecnología de la imprenta moldeó cada aspecto de la cultura mecánica occidental, pero la edad moderna es la edad de los medios eléctricos, que forjan ambientes y culturas antitéticas a la sociedad de consumo mecánico derivada de la imprenta. La imprenta arrancó al hombre de su matriz cultural tradicional, mientras le mostraba cómo apilar una individualidad sobre otra en una aglomeración masiva de poder nacional e industrial, y el trance tipográfico de Occidente ha perdurado hasta ahora, cuando los medios electrónicos, finalmente, nos están desencantando. La constelación de Marconi está eclipsando la galaxia de Gutenberg”. (*Playboy*, 1998: 293)

En este contexto, quizá uno de los rasgos distintivos de estas edades radica en la velocidad con la que viaja la información, misma que repercutirá en las maneras en que los seres humanos interactúan unos con otros en la aldea global:

“En la edad mecánica, ahora en recesión, podían llevarse a cabo muchas acciones sin demasiada preocupación. El movimiento lento aseguraba que las reacciones iban a demorarse durante largos periodos de tiempo. Hoy en día, la

acción y la reacción ocurren casi al mismo tiempo. De hecho, vivimos mítica e íntegramente, por decirlo así, pero seguimos pensando con los antiguos y fragmentados esquemas de espacio y tiempo propios de la edad preeléctrica” (McLuhan, 1994: 26).

Finalmente, una diferencia sustancial entre ambas eras. La primera, mecánica, se caracterizó por una *explosión* en la que se vieron envueltos los medios de comunicación, el avance tecnológico y la inquietud del hombre por trascender los límites hasta entonces marcados por la geografía y sus sentidos. La segunda, eléctrica, cuya constante es la *implosión*, con sus repercusiones en los sujetos:

“Tras tres mil años de explosión especialista y de creciente especialización y alienación en las extensiones tecnológicas del cuerpo, nuestro mundo, en un drástico cambio de sentido, se ha vuelto agente de compresión. Eléctricamente contraído, el globo no es más que una aldea. La velocidad eléctrica con que se juntan todas las funciones sociales y políticas en una implosión repentina ha elevado la conciencia humana de la responsabilidad en un grado intenso. Es este factor implosivo el que afecta la condición del negro, del adolescente y de ciertos otros grupos. Ya no pueden ser *contenidos*, en el sentido político de la asociación limitada. Ahora están *implicados* en nuestras vidas, y nosotros en la suya, gracias a los medios eléctricos”. (McLuhan, 1994: 26-27).

### **...Como dijo McLuhan... “El medio es el mensaje”**

Pocas frases tan inapropiadas como ésta, que suele estar presente en textos relacionados con los medios de comunicación; que algunas veces proviene de figuras reconocidas al interior de nuestro campo de estudios. Y que, en el mejor de los casos, denota una lectura incorrecta del autor al que se refieren... si no es que evidencia el desconocimiento total de Marshall McLuhan, aunque

aparentan haber leído al menos un capítulo del libro que lo dio a conocer en 1964. En este contexto equivocado, la frase pretende enfatizar en la importancia de seleccionar el medio indicado de acuerdo al contenido a comunicar a una determinada audiencia. “El medio es el mensaje” aludirá, en consecuencia, a las decisiones correctas para llevar a buen término la estrategia comunicativa.

Para entender la aportación, es necesario considerar, tal como se destacó más arriba, que McLuhan tenía una concepción ampliada de “medios de comunicación”. Lo mismo sucederá con la de “mensaje”, más allá del “contenido” y la “información”, como ya desde 1960 se caracterizaba a los productos que circulan a través de los medios de comunicación. De acuerdo con Gordon y Wilmarth (1997: 59), en opinión de McLuhan esta definición estrecha de mensaje “deja de lado una de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y actividades humanas. En consecuencia, McLuhan redefine el ‘mensaje’ de un medio como todo cambio de escala, ritmo o pautas que ese medio provoca en las sociedades o culturas”. En palabras de McLuhan:

“En una cultura como la nuestra, con una larga tradición de fraccionar y dividir para controlar, puede ser un choque que le recuerden a uno que, operativa y prácticamente, el medio es el mensaje. Esto significa simplemente que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva. Así, por ejemplo, con la automatización, es cierto que los nuevos esquemas de asociación humana tienden a eliminar puestos de trabajo. Ése es el resultado negativo. El lado positivo es que la automatización crea funciones para la gente o, lo que es lo mismo, una intensificación de su implicación en su trabajo y asociaciones humanas, que la precedente tecnología mecánica había destruido. Mucha gente estaría dispuesta a decir que el significado o mensaje no es la máquina sino lo que se hace con ella”. (McLuhan, 1994: 29).

Al respecto, Gordon y Wilmarth (1997: 60) añaden que un motivo adicional para la nueva definición radica en que el “contenido” “se torna una ilusión, o al menos una máscara de interacción con los medios. Estos funcionan en pares: un medio ‘contiene’ a otro (y éste puede a su vez contener a otro, y así sucesivamente). El telégrafo, por ejemplo, contiene palabra impresa, que contiene escritura, que contiene discurso. De este modo, el medio contenido se convierte en el mensaje del medio continente”. Al respecto, según McLuhan:

“el medio es el mensaje” porque es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos. Los contenidos o usos de estos medios son tan variados como incapaces de modelar las formas de asociación humana. En realidad, lo más típico es que los “contenidos” de cualquier medio nos impiden ver su carácter. Sólo ahora las industrias han tomado conciencia de los distintos tipos de negocios en que están trabajando. IBM sólo empezó a operar con una visión clara cuando se dio cuenta de que su negocio no consistía en la fabricación de maquinaria para oficinas y empresas, sino en el procesamiento de información. Gran parte de los beneficios de la General Electric Company proviene de las bombillas y de los sistemas de alumbrado. Aun no ha descubierto que su negocio consiste en el transporte de información, casi tanto como el de la AT&T”. (McLuhan, 1994: 30-31).

Más adelante, McLuhan volvería a estas reflexiones en la entrevista que dio a *Playboy* por conducto de Eric Norden:

“Al subrayar que el medio es el mensaje y no el contenido, no estoy sugiriendo que el contenido no desempeña un rol – desempeña un rol subordinado distinto—. Aun si Hitler hubiera dado conferencias de botánica, algunos otros demagogos habrían utilizado la radio para retribalizar a los alemanes y volver a encender el atávico lado oscuro de la

naturaleza humana que creó el fascismo europeo en los años veinte y treinta. Al poner todo en análisis de contenido y ninguno en el medio, perdemos todas las oportunidades de percibir y dominar el impacto de nuevas tecnologías en el hombre, y así siempre estamos pasmados y no preparados para las transformaciones ambientales revolucionarias inducidas por los nuevos medios. Zarandeado por los cambios ambientales que no puede comprender, el hombre se hace eco del último llanto triste de su ancestro tribal, Tarzán, cuando cayó al suelo: ‘¿quién engrasó mi liana?’ El judío alemán victimizado por los nazis a causa de que el viejo tribalismo de aquél chocó con el nuevo tribalismo de estos no pudo entender por qué pusieron su mundo patas arriba en forma tal que los americanos de hoy día pueden entender la reconfiguración de las instituciones sociales y políticas causadas por los medios eléctricos en general y por la televisión en particular”. (McLuhan y Zingrone, 1998: 296).

Sin embargo, dos son las excepciones a que los medios funcionen en pares y que desencadenen el proceso “el medio es el mensaje” (McLuhan, 1994: 30): la luz eléctrica y el discurso; la primera, permite llevar a cabo actividades que no podrían llevarse a cabo en la oscuridad; pero la luz misma no contiene otro medio:

“... es un medio sin mensaje, por decirlo así, e menos que se emplee para difundir un anuncio verbal o un nombre. El contenido de la escritura es el discurso, del mismo modo que el contenido de la imprenta es la palabra escrita, y la imprenta, el del telégrafo. Si alguien preguntara: “¿Cuál es el contenido del discurso?” habría que contestarle: “Es un verdadero proceso del pensamiento que, en sí, no es verbal”. (Gordon y Wilmarth, 1997: 61).

En suma, “el medio es el mensaje” es una manera de poner en guardia al estudioso de los medios y sus lenguajes. Optar por “mensaje” y no por “contenido” es una estrategia orientada a no quedarse en la superficie que aparentemente enlaza al productor y

al consumidor de los medios. Dicho de otra manera, la opción supone contextualizar el surgimiento, desarrollo e implicaciones del “nuevo medio de comunicación” con sus consecuentes transformaciones ambientales y, por tanto, supone un análisis de las diversas partes implicadas en cada uno de estos procesos. Algo que, al menos en ese momento, estaba fuera de posibilidades, toda vez que en el “análisis de contenido” se agotaba una de las opciones investigativas desarrolladas por la escuela norteamericana. Cabe añadir que esta estrategia se ha convertido en una de las modalidades más utilizadas para mantener vivo el pensamiento de McLuhan: la cadena del medio que contiene a otro se ha complejizado con la irrupción de los nuevos medios de comunicación en ambientes crecientes.

De acuerdo con esta lógica consideremos al teléfono, que contiene palabras transmitidas verbalmente. En sus primeros desarrollos, este medio era característico de ambientes propios de una comunicación privada. Sin embargo, durante los últimos quince años la expansión de la telefonía móvil ha propiciado nuevos ambientes, evidenciados tanto en la manera en que se construyen las frases articuladas como los espacios en los que se llevan a cabo las conversaciones y las temáticas sobre las que suele conversarse. De aquí que, adicionalmente, haya la posibilidad de incorporar al análisis la caracterización del teléfono como “medio frío”, con temperatura modificable en función de los nuevos ambientes en que se utiliza y en función del desarrollo tecnológico. Pensemos en los cambios graduales del aparato analógico al digital, al móvil, al MP3 de usos múltiples y al videófono, correspondiente a la nueva generación que ya comienza a popularizarse en algunos países. La pregunta es si este aparato será a la vez una extensión del oído –como naturalmente lo concibió McLuhan–, del ojo y/o, eventualmente, del tacto. Este último punto vincularía al videófono con la televisión, como extensión del tacto.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Asimismo, el análisis sobre el desarrollo tecnológico de los nuevos medios en estos nuevos ambientes constituye una de las aportaciones de la Media Ecology Association, puesto que a las aportaciones McLunianianas sus miembros han incorporado las que sobre los ambientes desarrollaron en su

## Aldea global: Implosión en la era electrónica<sup>75</sup>

En 1962 vio la luz *La Galaxia Gutenberg*, libro en el que Marshall McLuhan intentó explicar por qué la cultura de la imprenta confiere al hombre un lenguaje de pensamiento que lo deja desprevenido para enfrentarse con el lenguaje de su propia tecnología electromagnética inició:

“Ahora podemos vivir no sólo anfibiamente en mundos separados y distintos, sino plural, simultáneamente, en muchos mundos y culturas. No estamos ya más sometidos a una cultura –a una proporción única de nuestros sentidos- que lo estamos a un solo libro, a un lenguaje, a una tecnología- Culturalmente, nuestra necesidad es la misma que la del científico que trata de conocer el desajuste de sus instrumentos de investigación con objeto de corregirlo. Compartimentar el potencial humano en culturas únicas será pronto tan absurdo como ha llegado a serlo la especialización en temas y disciplinas. No es probable que nuestra era sea más obsesiva que cualquier otra, pero su sensibilidad le ha dado una conciencia, de su condición y de su misma obsesión, mucho más clara que la de otras épocas”. (McLuhan, 1985: 44-45).

Una idea que años más tarde retomaría en *McLuhan, caliente & frío*:

“Ante nosotros tenemos dos objetos enteramente discordantes; una máscara de los mares del Sur, representativa de una cultura primitiva y prealfabética, y un televisor, símbolo del hombre posalfabetizado y electrónico. Entre ambos extremos se extiende la Galaxia Gutenberg, o sea, cinco siglos de imprenta, culminación de un milenio de

---

momento Walter Ong y Neil Postman. De hecho, a este último se le atribuye la introducción del término “Ecología de los Medios”, inspirado en el trabajo de McLuhan.

<sup>75</sup> Una primera caracterización al respecto fue presentada en Benassini, 1995.

alfabetos fonéticos. Existen, sin embargo, muy interesantes analogías entre esta máscara y el televisor que se halla en otro extremo. La máscara es una talla y la imagen de TV creo que, también, lo es... ya que exige cierta complementación por parte de todos nuestros sentidos. La máscara, a su vez, proviene de un mundo en que todos los sentidos actuaban simultáneamente”. (McLuhan, 1973: 192).

El punto de partida para estas reflexiones fue la creación de los nuevos lenguajes, actividad propia de los nuevos medios de comunicación considerados como tales desde los inicios de la imprenta. En 1968 escribió en *Guerra y paz en la aldea global*:

“La radio y la TV no son “ayudas audiovisuales” para realizar o divulgar anteriores formas de experiencia. Son nuevos lenguajes. Debemos dominar primero y luego enseñar estos nuevos lenguajes en todas sus mínimas particularidades y riquezas. Disponemos así en una escala sin precedentes de los recursos de comparación y contraste. Podemos comparar los cambios artísticos que experimenta la misma obra de teatro o novela o poema o relato periodístico según va pasando por la forma cinematográfica, la escena, la radio y la TV. Podemos señalar estas cualidades precisas de cada medio como compararíamos los diversos grados de eficacia de un pensamiento en griego, francés, inglés. Esto es lo que los jóvenes están haciendo todos los días, de cualquier modo, sin ayuda alguna, fuera del aula. Y que atrapa su atención automáticamente de una manera tal como jamás lo pudo lograr aquella”. (McLuhan, 1969 b, pág.133).

Un año más tarde, McLuhan complementó esta idea en *Contraexplosión*:

“Hoy empezamos a darnos cuenta de que los nuevos medios no son simplemente una gimnasia mecánica para crear mundos de ilusión, sino nuevos lenguajes con un nuevo y único poder de expresión. Históricamente, los recursos del

idioma inglés han sido configurados y expresados en formas constantemente nuevas y cambiantes. La imprenta cambió no sólo el volumen de la escritura sino también el carácter del lenguaje y las relaciones entre el autor y el público. La radio, el cine y la televisión llevaron al idioma inglés escrito hacia la espontaneidad y la libertad del idioma hablado. Nos ayudaron a recuperar la intensa conciencia del lenguaje social y del gesto corporal. Si estos “medios de comunicación de masas” nos sirvieran solamente para debilitar o corromper niveles anteriormente alcanzados de la cultura verbal y de la imagen, no sería porque haya en ellas nada inherentemente malo. Sería porque no hemos podido dominarlas como nuevos lenguajes para integrarlas en la herencia cultural global”. (McLuhan 1969 b: 236-237).

Dicho brevemente, y esperando hacerle justicia, en diversas obras McLuhan destacó la importancia de conocer los nuevos lenguajes desarrollados por los medios de comunicación y los cambios que se generan como producto de su paso de un medio a otro. Conocerlos en sus especificidades y en los consecuentes cambios inherentes a su irrupción, desarrollo y consolidación en nuevos y diversos ambientes. Conocer sus lenguajes para después enseñarlos, para utilizarlos y aprovecharlos en todas sus potencialidades. Conocerlos para integrarlos a la herencia cultural global que tuvo sus inicios en la década de 1920, con el inicio de la cultura tribal:

“La radio ‘encendió’ al negro norteamericano en los años 20, creando una cultura tribal totalmente nueva para el único país en el mundo basado en la teoría alfabética y formado por ella. La política, la educación y los negocios norteamericanos son el mayor monumento al poder civilizador y especializante de la palabra impresa. Por tal razón, la imagen de la identidad norteamericana resultante de este compromiso con la cultura visual y alfabética, es golpeada naturalmente con más fuerza por la tecnología eléctrica corriente. Pues las estructuras electrónicas actuales, tanto en sí mismas como en sus extensos efectos psíquicos y sociales, son antitéticas a ese

tipo de cultura. Cuando la información proviene en forma simultánea e inmediata de todas direcciones, la cultura es auditiva y tribal, indiferente al pasado y sus conceptos. De aquí la pavorosa confusión que reina por igual en los negocios, la política y la educación norteamericanos”. (McLuhan, 1969 b: 141-142).

Hasta aquí lo que se refiere a los lenguajes desarrollados por los medios y al papel de estos últimos en la conformación de una cultura tribal que gradualmente se fue diversificando y enfrentando el cúmulo creciente de información producto del impulso eléctrico. El riesgo de no incorporar los lenguajes de los medios a la cultura global estaba presente en la importancia conferida al acontecimiento reciente –por sus características de inmediatez y simultaneidad–, en detrimento del pasado y sus conceptos.

Consideremos ahora la *aldea global*, término que aparece por primera vez en *La Galaxia Gutenberg*:

“Sin embargo, nuestra fascinación por lo inconsciente, personal y colectivo, en todas sus fases, y todas las formas de la conciencia primitiva, comenzó en el siglo XVIII, con la primera revulsión violenta contra la cultura de la imprenta y de la industria mecánica. Lo que comenzó como una “reacción romántica” hacia la integración orgánica puede o no haber acelerado el descubrimiento de las ondas electromagnéticas. Pero es cierto que los descubrimientos electromagnéticos han hecho resucitar el “campo” simultáneo en todos los asuntos humanos, de modo que la familia humana vive hoy en las condiciones de “aldea global”. Vivimos en un constreñido espacio único, en el que resuenan los tambores de la tribu. Por ello, la preocupación actual por lo “primitivo” es tan banal como la preocupación del siglo XIX por el progreso, y tan ajena a nuestros problemas”. (McLuhan, 1985: 45).

En 1967, McLuhan escribió en *El medio es el mensaje* –dicho sea de paso, uno de sus libros más consultados sobre el tema– una idea

que desarrollaría más adelante en otros escritos y que complementaría los previos relacionados con el tema y con los cambios en la cultura tribal arriba mencionados:

“El nuestro es un mundo flamante de repentinidad. El “tiempo” ha cesado, el “espacio” se ha esfumado. Ahora vivimos en una aldea *global*, un suceder simultáneo. Hemos vuelto al espacio acústico. Hemos comenzado a reestructurar el sentimiento primordial, las emociones tribales de las cuales nos divorciaron varios años de analfabetismo”. (McLuhan, 1969 a: 63)

No obstante, es en *Contraexplosión* donde presenta la caracterización más acabada de la aldea global:

“La **velocidad** con que se mueve la información en la **aldea global** significa que cada **acción humana** o acontecimiento **compromete a todos** los habitantes en **cada una** de sus consecuencias. La **nueva adaptación** humana al medio en función de la aldea global contraída debe considerar el nuevo factor de compromiso total de cada uno de nosotros en las **vidas** y acciones de **todos**. En la **era de la electricidad y la automatización**, el globo se convierte en una comunidad de **continuo aprendizaje**; un solo claustro en el que **todos y cada uno**, sin diferencias de edad, están **comprometidos en un aprendizaje de vida**”. (McLuhan, 1969 b: 41).<sup>76</sup>

Cuatro años más tarde, en *McLuhan caliente & frío* ampliará estas reflexiones sobre la velocidad con la que viaja la información, a la vez que completa su construcción sobre la aldea global, en el sentido del papel que juega la información en la construcción de la misma.

“El desplazamiento de la información a una velocidad próxima a la de la luz se ha convertido, con mucho, en la mayor industria mundial. Y el consumo de dicha información

---

<sup>76</sup> Las **negritas** corresponden al texto original en español.

ha llegado a ser, en consecuencia, la más importante operación consumidora del mundo. El globo terráqueo se ha convertido, por una parte, en una comunidad instruida y, por otra, debido a la estrechez de las interrelaciones, en una diminuta aldea. Las pautas de los grupos humanos basadas en medios más lentos han llegado a ser, de la noche a la mañana, inapropiadas y obsoletas y se yerguen como amenazas contra el sentido común y una vida estable. En tales circunstancias, la comprensión de los medios necesariamente implica la captación de sus *efectos*. Los objetivos de los nuevos medios han sido fatalmente fijados según parámetros y marcos propios de medios más antiguos. En todos los análisis de medios se han aplicado parámetros correspondientes a medios anteriores... sobre todo, los del discurso y la imprenta”. (McLuhan, 1973: 204).

Asimismo, en la entrevista concedida a *Playboy*, McLuhan alude a los rasgos propios de la aldea global, por cierto muy alejados de quienes la identifican como una organización simple, igual que sus habitantes:

“Como usted puede ver, la tribu no es conformista precisamente porque sea inclusiva; después de todo, hay una mayor diversidad y menor conformidad dentro de un grupo familiar que las habidas dentro de un conglomerado urbano que acoge a miles de familias. Es la aldea donde la excentricidad permanece y en la gran ciudad donde la uniformidad y la impersonalidad es lo común. Las condiciones de la aldea global, siendo forjadas por la tecnología eléctrica, estimulan más discontinuidad, diversidad y división que la vieja sociedad mecánica estandarizada; de hecho, la aldea global hace inevitables los desacuerdos máximos y el diálogo creativo. La uniformidad y la tranquilidad no son signos importantes de la aldea global; más probables son el conflicto y la discordia, al igual que el amor y la armonía –la forma de vida acostumbrada de cualquier gente tribal”. (McLuhan y Zingrone, 1998: 310).

Cabe añadir que estas características de los “aldeanos globales”, también contrario a lo que se plantea, son producto de un fenómeno *implosivo*:

“Tras tres mil años de explosión especialista y de creciente especialización y alienación en las extensiones tecnológicas del cuerpo, nuestro mundo, en un drástico cambio de sentido, se ha vuelto agente de compresión. Eléctricamente contraído, el globo no es más que una aldea. La velocidad eléctrica con que se juntan todas las funciones sociales y políticas en una implosión repentina ha elevado la conciencia humana de la responsabilidad en un grado intenso. Es este factor implosivo el que afecta la condición del negro, del adolescente y de ciertos otros grupos. Ya no pueden ser *contenidos*, en el sentido político de la asociación limitada. Ahora están *implicados* en nuestras vidas, y nosotros en la suya, gracias a los medios eléctricos”. (McLuhan, 1994: 26-27).

Como puede observarse, la implosión es una característica ligada a la velocidad con la que viaja la información en la era eléctrica. Un segundo elemento, ligado también a la era eléctrica, es el ambiente de la retribalización, que supone nuevas formas de organización y participación derivadas de la transformación tecnológica característica de la implosión:

“Los talentos y las perspectivas individuales no tienen que ser anulados dentro de una sociedad retribalizada; éstos simplemente interactúan dentro de una conciencia de grupo que tiene el potencial para liberar mucha más creatividad que la vieja cultura atomizada. El hombre alfabetizado está alienado y empobrecido; el hombre retribalizado puede llevar una vida mucho más rica y más satisfactoria –no la vida de un zángano sin mente, sino de un participante de una malla sin costura de interdependencia y armonía–. La implosión de la tecnología eléctrica está transformando al hombre alfabetizado, fragmentado, en un ser humano complejo con

estructura profunda, con una profunda conciencia de su interdependencia completa con toda la humanidad. En la vieja sociedad “individualista” de la imprenta, el individuo era “libre” sólo de ser alienado y disociado, un extranjero sin raíces, privado de sueños tribales. Por el contrario, nuestro nuevo ambiente tecnológico obliga al compromiso y la participación y satisface las necesidades psíquicas y sociales del hombre a niveles profundos”. (McLuhan y Zingrone, 1998: 310).<sup>77</sup>

Más adelante volverá al punto,<sup>78</sup> enfatizando su disgusto hacia los cambios que ha suscitado el ambiente de la retribalización, que ha propiciado la disolución de la tradición occidental alfabetizada...

“Veo la posibilidad de una sociedad retribalizada –rica y creativa– emergiendo de este periodo traumático de choque cultural; pero no tengo nada más que aversión para el proceso de cambio. Como un hombre moldeado dentro de la tradición occidental alfabetizada, personalmente no vitoreo la disolución de esta tradición a través de la implicación eléctrica de todos los sentidos: no disfruto con la destrucción de los vecindarios por la construcción de edificios elevados, ni con el dolor de los problemas de identidad. Nadie podría ser menos entusiasta acerca de estos cambios radicales que yo. No soy revolucionario por temperamento o convicción; preferiría un ambiente con servicios modestos y a escala humana, estable y sin cambios. La televisión y todos los

---

<sup>77</sup> Conviene aclarar que se trata de la respuesta proporcionada al reportero Eric Norden, quien señaló que los críticos McLuhianos estaban convencidos de que en la retribalización el mundo colmenar sería rígidamente conformista; el individuo estaría totalmente subordinado al grupo y la libertad personal sería desconocida.

<sup>78</sup> De manera introductoria, McLuhan comenta a Eric Norden su disgusto por decirle a la gente lo bueno o lo malo sobre los cambios sociales y psíquicos causados por los nuevos medios. La referencia corresponde a la respuesta sobre sus reacciones subjetivas cuando observa la reprimativización de nuestra cultura, algo que ve como un trastorno, con disgusto e insatisfacción personal.

medios eléctricos están desenmarañando la estructura entera de nuestra sociedad, y como hombre forzado por las circunstancias a vivir dentro de esta sociedad, no tomo partido en su desintegración”. (McLuhan, 1998: 319-320).

Una posición que desarrolla completamente en esta entrevista, pero que comienza a esbozar años antes, aunque de manera menos radical, en *Comprender los medios de comunicación*:

“La perspectiva más inmediata para el occidental alfabetizado y fragmentado que se encuentra con la implosión eléctrica en su propia cultura es su firme y rápida transformación en un individuo complejo, de estructura profunda, emocionalmente consciente de su completa interdependencia con el resto de la sociedad humana. (...) El individualismo alfabetizado, fragmentado y visual ha dejado de ser posible en una sociedad con patrones eléctricos y en plena implosión. ¿Qué debemos hacer? ¿Nos atrevemos a afrontar estos hechos a nivel consciente? ¿O es mejor tapar y reprimir estos temas hasta que un estallido de violencia nos libere de toda la carga? Un destino de implosión y de interdependencia es más terrible para el occidental que el destino de explosión e independencia del hombre tribal. Puede que sea un rasgo de carácter mío, pero encuentro que la comprensión y el esclarecimiento de las cuestiones alivian en parte la carga. Por otro lado, puesto que la conciencia parece ser un privilegio humano, ¿acaso no convendría extender esta condición a nuestros conflictos ocultos, tanto privados como sociales?”. (McLuhan, 1994: 71-72).

Nos detenemos en este punto porque parece ser uno de los más controvertidos sobre la aldea global mcluhaniana. De acuerdo con algunos críticos, de dicha caracterización y de las consecuencias de la evolución tecnológica McLuhan hubiese tenido una perspectiva optimista. Al respecto, Gordon y Willmarth señalan que:

“Las cavilaciones más optimistas de McLuhan acerca de los efectos psicológicos de la televisión, las computadoras y los medios de telecomunicaciones complejos, junto con sus ideas sobre los efectos retribalizadores de los medios electrónicos, lo llevaron a proponer la existencia de una “aldea global”. En una entrevista publicada en la revista *Playboy* en 1969, declaró que veía el surgimiento de un reconfigurado entorno mundial como resultado de la creciente interacción de la humanidad con los medios electrónicos, y que en ésta, la “tribu humana puede convertirse verdaderamente en una familia y la conciencia humana puede liberarse de las ataduras de la cultura mecánica, para errar por el cosmos. Los críticos contemporáneos desdeñan por errónea la visión de McLuhan de la aldea global. En vez de abrir el mundo y mejorar las interacciones de quienes lo habitan, señalan que el surgimiento de “la civilización de la tecnología global y popular ha producido exactamente lo contrario”. (Gordon y Willmarth, 1997: 121-122).

No obstante, como él mismo argumentará años más adelante, la caracterización de la aldea global, con las breves descripciones de sus ambientes, no necesariamente suponen que McLuhan esté de acuerdo con ella:

“La aldea única y tribal es mucho más divisionista y agresiva que cualquier otro nacionalismo. La aldea significa fisión –no fusión- en profundidad. La gente abandona la ciudad pequeña para eludir el compromiso. La gran ciudad *aline*a a las personas en su uniforme e impersonal medio ambiente. La gente va allí en busca de decoro. En la ciudad se obtiene dinero mediante la uniformidad y la reiteración. La artesanía diversa produce arte, no dinero. La aldea no es un sitio donde reinan una paz y una armonía ideales. Todo lo contrario. El nacionalismo surgió de la imprenta y significó un extraordinario alivio respecto de las condiciones de vida de la

aldea universal. Yo no *apruebo* ésta. Simplemente que vivimos en ella”. (McLuhan, 1973: 361).<sup>79</sup>

En síntesis, cabe señalar que la *aldea global* es el espacio en el que confluyen los nuevos medios de comunicación, con sus lenguajes y ambientes, propiciando diversos procesos de hibridación y recalentamiento. Este último resulta importante para ilustrar el movimiento diacrónico y sincrónico de la aldea global. McLuhan describe de la siguiente manera:

“El aumento de la velocidad desde lo mecánico hasta la forma eléctrica instantánea invierte la explosión en implosión. En la actual edad eléctrica, las energías en implosión, o contracción, de nuestro mundo chocan con los antiguos patrones de organización, expansionistas y tradicionales. Hasta hace poco, nuestras instituciones y convenios sociales, políticos y económicos compartían un patrón unidireccional. Seguimos considerándolo “explosivo” o expansible, y aunque hayan dejado de darse, seguimos hablando de la explosión demográfica y de la explosión de la enseñanza. (...) En condiciones de velocidad eléctrica, las soberanías departamentales se han disuelto tan rápidamente como las soberanías nacionales. La obsesión por los antiguos patrones de expansión mecánica y unidireccional desde un centro hacia las márgenes ha dejado de tener relevancia en nuestro mundo eléctrico. La electricidad no centraliza sino que descentraliza. (...) La energía eléctrica disponible tanto en la granja como en el despacho de dirección, permite que cualquier lugar sea un centro y no requiere grandes agregados. (...) Este principio se aplica *en su totalidad* a la edad eléctrica. En política, permite a un Castro existir como núcleo o centro independiente. Permitiría que Québec dejara la unión canadiense de una forma completamente inconcebible bajo el régimen de los ferrocarriles. Los ferrocarriles necesitan un espacio político y económico uniforme. En cambio, el avión y la radio permiten la máxima

---

<sup>79</sup> Las *cursivas* de la referencia aparecen en la cita original.

discontinuidad y diversidad en la organización espacial”. (McLuhan, 1994: 55).

Gordon y Willmarth añaden que al respecto McLuhan proporciona ejemplos de recalentamiento y de los perjuicios que provocan:

“Entre otras cosas, observa que las sociedades industriales de Occidente en el siglo XIX depositaron un énfasis extremo en los procesos fragmentados del trabajo. Pero con la electrificación, el mundo comercial y el mundo social de las sociedades industrializadas desplazaron su énfasis hacia formas de organización unificadas y unificadoras (corporaciones, monopolios, clubes, etc.). Percepciones como ésta llevaron a McLuhan a la conclusión de que la tecnología electrónica crea una “aldea global”, donde el conocimiento debe sintetizarse en lugar de repartirse en especialidades”. (Gordon y Willmarth, 1997: 76).

Adicionalmente McLuhan destaca la importancia creciente que en este contexto está cobrando la información:<sup>80</sup>

“En la nueva Edad de la Información eléctrica y de producción programada, los bienes mismos asumen cada vez más un carácter de información; esta tendencia se manifiesta sobre todo en los presupuestos cada vez más importantes para publicidad. De forma significativa, son precisamente los bienes que más se emplean en la comunicación social: cigarrillos, cosméticos, jabones (quita cosméticos), los que sobrellevan la mayor parte del mantenimiento de todos los medios de comunicación en general. A medida que suban los niveles de información eléctrica, casi cualquier material servirá a todo tipo de necesidad o función, empujando cada vez más al intelectual hacia un papel de mando social y al servicio de la producción”. (McLuhan, 1994: 56).

---

<sup>80</sup> Una reflexión que, dicho sea de paso, se formuló Daniel Bell prácticamente al mismo tiempo, plasmada en *El advenimiento de la sociedad postindustrial* (1963).

Cinco años más tarde, en *Contraexplosión* vuelve a esta importancia de la información, más como un compromiso de todos los habitantes de la aldea global;<sup>81</sup> Una referencia citada párrafos arriba, pero que es necesario retomar en esta argumentación:

“La **velocidad** con que se mueve la información en la **aldea global** significa que cada **acción humana** o acontecimiento **compromete a todos** los habitantes en cada una de sus consecuencias. La **nueva adaptación** humana al medio en función de la aldea global contraída debe considerar el nuevo factor de compromiso total de cada uno de nosotros en las **vidas** y acciones de todos. En la **era de la** electricidad y la **automación**, el globo se convierte en una comunidad de **continuo aprendizaje**; un solo claustro en el que **todos y cada uno**, sin diferencias de edad, están **comprometidos en un aprendizaje de vida**”. (McLuhan, 1969 b: 41)

Y en un último trabajo en el que aborda el tema (1973: 192) señala: que “actualmente el mundo se ha comprimido bajo el torrente informativo que lo cubre desde todas direcciones. Vivimos, por decirlo así, en una aldea universal. Las noticias llegan hasta nosotros velozmente, con electrónica celeridad, desde todas partes. Es como si viviéramos en el ambiente casi auditivo de una pequeña aldea mundial”.

A partir de estos elementos podemos contextualizar lo que para sus críticos es el “error de McLuhan”: no poder visualizar las implicaciones económico-políticas de la aldea global. Esto es, la presencia de grupos multimediáticos que tienden a concentrar en pocas manos a los medios de comunicación a nivel transnacional buscando, entre otras cosas, mejores elementos para enfrentar a la competencia. Un fenómeno producto de la implosión característica de la edad eléctrica que descentraliza los sistemas de mando, ubicándolos en diversas partes del mundo,<sup>82</sup> que en ese momento

---

<sup>81</sup> Las **negritas** corresponden al texto original.

<sup>82</sup> Consideremos, en este sentido, que la concentración multimediática reviste diversas modalidades; una de las más frecuentes es la adquisición de

no se había manifestado abiertamente. Recordemos que McLuhan hace esta reflexión en 1964, cuando la concentración de los grupos mediáticos se mantiene al interior de las fronteras geográficas en diversas formas de organización.

Será unos años más tarde cuando, en el marco del imperialismo cultural y de los debates convocados por la ONU y la Unesco, comenzará a asomarse la presencia de capital norteamericano en los medios latinoamericanos como un fenómeno explosivo, característico de la edad mecánica.<sup>83</sup> La implosión se produjo después de 1989 y asumió las características que en este momento identificamos<sup>84</sup>. Dicho de otra manera, el análisis mcluhaniano dejó fuera a los grupos multimedia, toda vez que todavía no hacían su aparición el escenario global de las comunicaciones. Cuando esto sucedió, los medios asumieron, entre otras características, las descritas por McLuhan a propósito del creciente papel de la información hasta llegar al papel de mercancía, como afirma Ignacio Ramonet (2002: 17-18)<sup>85</sup> y sobre la que reflexiona Ryszard Kapuscinski:

---

determinados paquetes accionarios de empresas de ramo similar ubicadas en diversas partes del mundo. Tal es, por ejemplo, la manera en que en grupo español Prisa concentra sus intereses en materia de radiodifusión.

<sup>83</sup> A mediados de la década de 1960 se publica *Manipuladores de cerebros*, el primer libro del norteamericano Herbert Schiller, una denuncia del papel de Disneylandia en el mundo del entretenimiento. Hacia finales de la década, el mismo autor publica *Imperialismo Yanqui y medios de comunicación*, en el que presenta un primer esbozo del papel de algunos conglomerados estadounidenses en los medios del Tercer Mundo. Investigaciones similares se publicaron a lo largo de la década siguiente, como *Agresión desde el espacio*, de Armand Mattelart (1973); *Comunicación dominada*, de Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox (1978) y *La aldea transnacional*, una antología de Cees Hamelink (1979).

<sup>84</sup> Los libros que sobre el tema se publican en este momento dan cuenta de las nuevas concentraciones multimediáticas, en el contexto creciente de la globalización de las comunicaciones. Cabe citar *Los grupos multimedia* (1994), de Juan Carlos Miguel de Bustos; *Tiburones de la Comunicación* (1994), de Eric Frattini y Yolanda Colías. Información actualizada sobre el tema puede encontrarse además en [www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org)

<sup>85</sup> En este contexto, Ryszard Kapuscinski (2002: 21-22), afirma que “el descubrimiento del valor mercantil de la información desencadenó la

“Vivimos en un mundo paradójico. Por un lado, nos dicen que el desarrollo de los medios de comunicación unió entre sí a todas las regiones del planeta para formar una “aldea global”; y por otra parte la temática internacional ocupa cada vez menos espacio en los medios, oculta por la información local, por los titulares sensacionalistas, por los chismes, el *people* y toda la información mercancía”. (Kapusinski, 2002: 26-27).

En suma, el proceso de recalentamiento en el que está inmersa la aldea global como producto de las constantes reorganizaciones de los grupos multimedia se constituye también en un espacio para volver a “el medio es el mensaje”. Para ello, habrá que tomar en cuenta tanto la definición de los medios y si ésta se ha modificado,<sup>86</sup> como los cambios sufridos por el “mensaje-medio” al pasar de la prensa escrita –periódicos y revistas- al radio, la televisión e Internet. Una propuesta que reubica los planteamientos mcluhanianos con respecto a una de las metáforas más polémicas.

### **Nuevos medios, nuevos ambientes**

En las dos exploraciones previas a la obra de McLuhan nos hemos referido a los “ambientes” creados por cada nuevo medio de comunicación. El punto de partida para su reflexión es que todos los medios –desde el alfabeto hasta la computadora- son extensiones del hombre, que pueden causar cambios profundos y duraderos. Una primera reflexión al respecto se genera en *El medio es el masaje* (1969 a: 22): “El medio es el masaje. Ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan de ambientes. Todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana,

---

afluencia de los grandes capitales hacia los medios. Los periodistas idealistas, esos dulces soñadores en busca de la verdad que antes dirigían los medios, han sido reemplazados por hombres de negocios a la cabeza de las empresas de prensa”.

<sup>86</sup> Como vimos en el caso del teléfono móvil.

psíquica o física”.<sup>87</sup> Una idea que continuará desarrollando en textos posteriores:

“De la misma manera en que la prensa impresa creó al público como un nuevo ambiente, cada nueva tecnología o extensión de nuestros poderes físicos tienden a crear nuevos ambientes. En la edad de la información, es la información en sí la que se hace ambiental. Los satélites y antenas proyectados desde nuestro planeta, por ejemplo, lo han transformado de ser un ambiente, a ser un lugar de prueba. Ésta es una transformación que los artistas del siglo pasado nos habían estado explicando a través de sus interminables modelos experimentales. El arte moderno, sea pintura, poesía o música, comienzan como un ensayo y no como un convenio. Los simbolistas rompieron, literalmente, los viejos convenios y los colocaron en nuestras manos como ensayos. Y mientras el convenio pertenece a la edad del consumidor, el ensayo pertenece a la edad del experimentador”. (McLuhan, 1998: 422-423).

En este mismo sentido, en la entrevista concedida a Eric Norden, McLuhan habla sobre el desarrollo de estos ambientes en la edad mecánica, a la vez que soslaya su presencia en la edad eléctrica:

“La tecnología de la imprenta moldeó cada aspecto de la cultura mecánica occidental, pero la edad moderna es la edad de los medios eléctricos, que forjan ambientes y culturas antitéticas a la sociedad de consumo mecánico derivada de la imprenta. La imprenta arrancó al hombre de su matriz cultural tradicional, mientras le mostraba cómo apilar una individualidad sobre otra en una aglomeración masiva de poder nacional e industrial, y el trance tipográfico de Occidente ha perdurado hasta ahora, cuando los medios electrónicos, finalmente, nos están desencantando. La

---

<sup>87</sup> La rueda, del pie; el libro, del ojo; la ropa, de la piel; el circuito eléctrico, del sistema nervioso central.

constelación de Marconi está eclipsando la galaxia de Gutenberg”. (McLuhan, 1998: 293).

Para emplear estas primeras aproximaciones, extraemos dos características de los ambientes que resultan pertinentes para los objetivos de este trabajo (McLuhan, 1998:270 y ss): La primera, no son sólo contenedores, sino procesos que cambian el contenido y hacen visible el ambiente anterior. En consecuencia, los nuevos medios son nuevos ambientes; esto es por lo que los medios son los mensajes.<sup>88</sup> A manera de ejemplo, McLuhan señala que los periódicos crean un ambiente de información, pero aún sin crimen como contenido, no seríamos capaces de percibir el ambiente. Dicho de otra manera, los periódicos tienen que presentar malas noticias, pues de otra forma sólo habría anuncios o buenas noticias. Sin las malas noticias, advierte, no podríamos discernir las reglas de fondo del ambiente.

La segunda característica es que los ambientes realmente totales y saturados son invisibles. Los que percibimos son fragmentarios e insignificantes comparados con los que no vemos. No obstante, los ambientes creados por las nuevas tecnologías resultan invisibles mientras hacen visibles a los nuevos ambientes. McLuhan ilustra esta característica a través de las películas viejas que presenta la televisión: las películas que alguna vez fueron ambientales y visibles, a través de este medio han devenido en una forma altamente apreciada de hacer arte.<sup>89</sup>

---

<sup>88</sup> Al respecto, añade que los “anti-ambientes o contra-ambientes creados por el artista son medios indispensables para concienciarse del ambiente en que vivimos y de los que técnicamente creamos para nosotros” (McLuhan, 1998: 270).

<sup>89</sup> “Indirectamente, las nuevas películas de arte de nuestro tiempo han recibido una enorme cantidad de apoyo e impacto de la forma de la televisión. La forma de la televisión ha permanecido invisible: y sólo la veremos en el momento en que la televisión en sí se convierta en el contenido de un nuevo medio, cualquiera que sea –puede ser la extensión de la conciencia-, incluirá la televisión como su contenido, no como su ambiente, y transformará la televisión en una obra de arte, pero este proceso por el cual cada nueva tecnología crea un ambiente que transforma la tecnología vieja o precedente en una forma de arte, o en algo muy evidente,

Sin embargo, este proceso de invisibilidad-visibilidad no es automático y, por lo tanto, no permite visualizar los cambios tan inmediatamente como podría pensarse. Así se lo comentó a Eric Borden: (McLuhan, 1998: 285)

“La gente está empezando a entender la naturaleza de su nueva tecnología, pero aún no lo suficiente, ni lo suficientemente bien. La mayoría de la gente, como indiqué, sigue sujeta a lo que llamo visión de espejo retrovisor de su mundo. Con esto quiero decir que debido a la invisibilidad de cualquier ambiente durante el periodo de su innovación, el hombre es únicamente consciente del ambiente que le precedió; en otras palabras, un ambiente es totalmente visible sólo cuando ha sido sustituido por otro nuevo ambiente; así, siempre estamos un paso atrás en nuestra visión del mundo. Debido a que estamos insensibilizados por la nueva tecnología –que a su vez crea un ambiente totalmente nuevo– tendemos a hacer el viejo ambiente más visible, lo hacemos cambiándolo en una forma de arte, y uniéndonos a los objetos y atmósferas que lo caracterizaron, tal como hicimos con el jazz, y ahora con la basura del ambiente mecánico vía pop art”. (McLuhan, 1998: 285).<sup>90</sup>

Junto al concepto de *ambiente*, McLuhan introduce el de *antiambiente*:

“El contenido de cualquier sistema u organización naturalmente encuentra su base en el sistema u organización precedente, y en ese grado el viejo ambiente actúa como un control en el nuevo. Es útil notar que las artes y las ciencias sirven como antiambientes que nos capacitan para percibir el ambiente. En una civilización de negocios, durante mucho tiempo hemos considerado el estudio liberal como proveedor

---

ofrece muchos ejemplos fascinantes...” (McLuhan y Zingrone, 1998: 265-266).

<sup>90</sup> Norden preguntó si el público por fin estaba comenzando a comprender los contornos “invisibles” de estos nuevos ambientes tecnológicos.

de los medios necesarios de orientación y percepción. Cuando las artes y las ciencias sean ambientes bajo las condiciones de los círculos eléctricos, los estudios liberales convencionales, sea en las artes o en las ciencias, no servirán como antiambiente. Cuando vivimos en un museo sin paredes, o tenemos música como una parte de nuestro ambiente sensitivo, tienen que ser creadas nuevas estrategias de atención y percepción. Cuando el conocimiento científico más alto crea el ambiente de la bomba atómica, tienen que ser descubiertos nuevos controles para el ambiente científico, al menos en interés de la supervivencia”. (McLuhan, 1998: 415-416).

En esta percepción del antiambiente, influye, según McLuhan, la propia tradición social que no ha diseñado instituciones educativas para desarrollar la percepción y los juicios sobre los nuevos ambientes producto de los nuevos medios:

“El mundo de la publicidad moderna es un ambiente mágico construido para mantener la economía, y no para incrementar el conocimiento humano. Hemos diseñado escuelas como antiambientes para desarrollar la percepción y el juicio del mundo impreso, pero no hemos previsto un entrenamiento para desarrollar percepciones y juicios similares de cualquiera de los nuevos ambientes creados por la red de los circuitos eléctricos. Esto no es accidental. Desde el desarrollo de la escritura fonética hasta la invención del telégrafo eléctrico, la tecnología humana había tendido fuertemente hacia la promoción del desapego y la objetividad, la destribalización y la individualidad. La red de circuitos eléctricos tiene completamente el efecto contrario. Implica en profanidad. Fusiona al individuo con el ambiente de las masas. Para crear un antiambiente para la tecnología eléctrica, se requeriría una extensión tecnológica del consciente privado y del corporativo. La conciencia y la oposición del individuo son, en estas circunstancias, irrelevantes y fútiles”. (McLuhan, 1998: 416-417).

Sobre esto mismo, McLuhan proporciona una consideración adicional que contribuye a clarificar el análisis:

“Cuando un ambiente es nuevo, percibimos el viejo por primera vez. Lo que vemos en la última sesión no es la televisión, sino viejas películas. Cuando el emperador apareció con su nuevo traje, sus costureros no vieron su desnudez, sino su viejo traje. Sólo el niño pequeño y el artista tienen la proximidad que permite la percepción del ambiente. El artista nos provee con antiambientes que nos capacitan para ver al ambiente. Para ser eficaces, debemos renovar constantemente tales medios de percepción del antiambiente. Ese aspecto básico de la condición humana por el cual somos incapaces de percibir el ambiente, es un aspecto que los psicólogos ni siquiera han referido. En una edad de cambio acelerado, la necesidad de percibir el ambiente se hace urgente. La aceleración también aumenta la posibilidad de percibir el ambiente”. (McLuhan, 1998: 423-424).

En este proceso, el tiempo estimado para la invisibilidad en la era electrónica será menor que en la previa, la mecánica, cuando el individuo experimentó los efectos de los medios de manera más gradual:

“Hoy en día, en la era electrónica de la comunicación simultánea, creo que nuestra supervivencia, y al menos nuestro confort y nuestra felicidad, es posible no sólo entendiendo la naturaleza de este nuevo ambiente, ya que, a diferencia de los cambios ambientales previos, los medios eléctricos constituyen una transformación total y casi instantánea de la cultura, los valores y las actitudes. Este trastorno genera gran dolor y pérdida de identidad, aligerado sólo a través de un conocimiento consciente de su dinámica. Si entendemos las transformaciones revolucionarias causadas por los nuevos medios, podremos anticiparlas y controlarlas,

pero si continuamos en nuestro avance subliminal autoinducido, seremos sus esclavos”. (McLuhan, 1998: 286).

Pongamos el caso de la televisión, considerando que McLuhan utiliza este medio para ejemplificar los ambientes –al destacar la presencia de películas antiguas en la programación, hecho que les confiere un valor distinto– y porque nos ayuda a continuar con el ejemplo iniciado en la aldea global. Recordemos que la primera generación de aparatos era de bulbos, con sus implicaciones en los usuarios y en la programación: por una parte, había que esperar a que el aparato se calentara –al menos cinco minutos, según las abuelas- para poder acceder a la imagen y al sonido; pero por otra parte, el sobrecalentamiento podía provocar accidentes domésticos que iban desde una descompostura hasta la explosión del televisor. En consecuencia, las barras programáticas de planeaban tomando en cuenta los tiempos en que el televidente podía estar frente al aparato.

En este contexto, recordemos que desde 1947 las compañías electrónicas norteamericanas venían experimentando el uso de transistores, tanto para el funcionamiento de los microprocesadores como para los aparatos radiofónicos<sup>91</sup>. A fines de 1954 salieron a la venta en Estados Unidos los primeros “radios de transistores”, como se les conoció familiarmente. A partir de ese momento se multiplicará el número de aparatos en los hogares, toda vez que la nueva tecnología hizo posibles dos cosas: que los aparatos fuesen portátiles y, segundo, individuales. Adicionalmente, hubo un cambio relevante: el aumento en las horas de programación, toda vez que los usuarios dejaron de padecer los bulbos. Un ejemplo típico de los ambientes mcluhanianos, cuyo paso natural a la televisión se inició a finales de la década de 1950, con consecuencias similares a las ya descritas.

En síntesis, el perfeccionamiento tecnológico de los aparatos radiofónicos y televisivos ha repercutido en el aumento en los horarios de programación hasta cubrir las 24 horas del día, con la consecuente modificación de los ambientes. Consideremos, en este rubro, la presencia de la televisión por cable y de otras

modalidades de paga como la televisión directa al hogar. No solamente amplían la oferta programática durante prácticamente todo el día, también amplían el número y la procedencia de los canales, partiendo tanto del presupuesto disponible como de los estudios sobre preferencias de las audiencias en materia de procedencia y características de la programación. De nueva cuenta, la introducción de nuevos ambientes, pues es frecuente que canales extranjeros sean gratuitos en sus respectivos países –generalistas, dirían los expertos- y de paga en el extranjero.<sup>92</sup> Otro cambio de ambiente en la televisión, puesto que la recepción de los contenidos por una u otra modalidad determina la composición de la audiencia.<sup>93</sup> En consecuencia, un análisis superficial –por el momento– de los ambientes vuelve a mostrarnos la presencia de “el medio es el mensaje” y de la vigencia de la propuesta McLuhaniana en la diversidad de ambientes a que da lugar la tecnología.

Intentaremos ahora, ligar los ambientes con los que previamente analizamos sobre la aldea global. Siguiendo a McLuhan, para que podamos percibir el ambiente informativo de las noticias “buenas”, es necesario que se incluyan “malas noticias”, mismas que funcionarían como “antiambientes”. Sin embargo, consideremos que durante las dos últimas décadas del siglo XX las “malas” noticias se convirtieron en ambientes informativos, creados sobre todo por la televisión y, como tales, continúan siendo invisibles. Esto puede hacerse extensivo a otros programas del género en este medio, toda vez que los escándalos han pasado a ocupar parte importante de los noticieros televisivos.<sup>94</sup> En consecuencia, el nuevo ambiente informativo de

---

<sup>92</sup> Ejemplos: el “canal de las estrellas mexicano” se recibe por cable en buena parte de los países sudamericanos. Los españoles Antena 3 y Televisión Española, así como el italiano RAI y Globo brasileño se reciben en México a través de diversos sistemas de paga.

<sup>93</sup> Por ejemplo en Israel las telenovelas se ven exclusivamente a través de sistemas de televisión de paga. En consecuencia, únicamente los usuarios que puedan pagar los costos accederán a los contenidos de estos sistemas.

<sup>94</sup> De acuerdo con John Thompson (2001: 32), “escándalo” “denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente

la televisión era un antiambiente en la etapa previa. Habrá que ver cuál es el siguiente desarrollo que confiera visibilidad a este momento, aunque McLuhan (1998: 408) se pronuncia al respecto:

¿No es natural que, a medida que cualquier forma se hace ambiental e inconsciente, debería seleccionar como “contenido” los materiales más comunes, vulgares y ambientales? A medida que cualquier forma pasa a ser ambiental, tiende a ser soporífera. Es lo que por su contenido debe también ser transformado en inocuo, para igualar los efectos del medio. Cualquier medio, a medida que se extiende a un grado común y vulgar, atrae y demanda sólo materiales comunes y vulgares.

Dentro de este análisis, persiste el problema visualizado en la aldea global: los consorcios multimedia han propiciado una feroz competencia que, entre otras cosas, se manifiesta por la presencia de informaciones similares en prensa, radio y televisión sin tomar en cuenta la especificidad de cada medio. Un panorama que resulta aberrante, no sólo desde la perspectiva mcluhaniana, sino desde otros puntos de vista.<sup>95</sup> Sin embargo, a la luz de la propaganda

---

serios para provocar una respuesta pública”. Más adelante (Thomson, 2001: 55) señala que los escándalos han existido durante varios siglos. “Sin embargo, con el desarrollo de las sociedades modernas, la naturaleza, el alcance y las consecuencias de los escándalos han variado en algunos aspectos. Y uno de los aspectos en que han variado está relacionado con el hecho de que se hayan visto cada vez más vinculados a formas de comunicación mediata. Los escándalos han dejado de ser acontecimientos locales que estallan en contexto de interacción cara a cara, implicando a individuos que se conocen mucho mutuamente pues son familiares, amigos, vecinos, o socios: los “escándalos locales de este tipo siguen existiendo y nos resultan familiares, pero no constituyen la única forma de escándalo. Ha surgido una forma nueva a la que llamaré “escándalo mediático”. Se trata de escándalos cuyas propiedades difieren de las que aparecen en los escándalos locales y cuyas potenciales consecuencias tienen un alcance completamente diferente. Los escándalos mediáticos no son simples escándalos reflejados en los medios y cuya existencia es independiente de esos medios: son provocados, de modos diversos y hasta cierto punto, por las formas de comunicación mediática”.

<sup>95</sup> Incluido el que destacamos en su momento, al analizar “el medio es el mensaje”; es decir, la selección indicada del medio de comunicación, de

dicho panorama hace las veces de ambiente, toda vez que ofrece las ventajas de la “radio televisada”<sup>96</sup> y es producto de la convergencia de varias tecnologías,<sup>97</sup> cuyo resultado sería un nuevo medio, un nuevo lenguaje y un nuevo ambiente invisible, que hace visible el ambiente previo: cada medio operando de acuerdo a su lenguaje y sus características tecnológicas.

Hasta aquí la prolongación del ejemplo que veníamos desarrollando desde la aldea global. Un ejemplo cuyo desarrollo ha sido breve, pues únicamente hemos resaltado algunos elementos que formarían parte de la lógica del análisis mcluhaniano, mismo que, por ende, debiera llevarnos a un análisis más profundo sobre los fenómenos aquí descritos. McLuhan lo plantea de esta forma:

“... imagino que sería más feliz viviendo en un ambiente prealfabetizado y seguro; nunca intentaría cambiar mi mundo, para mejor o peor. Así, no gozo observando los efectos traumáticos de los medios en el hombre, aunque obtengo satisfacción de captar sus modos de operación. Tal comprensión es inherentemente fría, ya que es tanta implicación como desapego. Esta postura es esencial para el estudio de los medios. Uno debe comenzar por convertirse en extraambiental, poniéndose uno más allá de la batalla para estudiar y entender la configuración de fuerzas. Es vital adoptar una postura de superioridad arrogante; en lugar de correr a un rincón y lamentarse acerca de lo que los medios nos están haciendo, uno debería atacar directamente y

---

acuerdo al contenido a comunicar. Una tradición que se deriva sobre todo de la comunicación educativa.

<sup>96</sup> El caso más reciente para México es Telefórmula, filial del Grupo Radiofónico Fórmula, que se vende a través de los sistemas de cable en todo el país con una promesa de “radio Televisada”.

<sup>97</sup> Radio, televisión, Internet y los diversos sistemas de paga en los que Telefórmula transmite su señal. Incluimos además la prensa, toda vez que parte de sus contenidos son aprovechados de distinta manera por los programas de radio y televisión del género informativo. Esto se debe en parte a que sus colaboradores titulares se desempeñan como “profesionales de los medios”, con la consecuente multiplicación de sus opiniones a través de los medios informativos.

patearlos en los electrodos. Responden bellamente a este trato audaz y pronto se convierten en servidores más que en maestros. Pero sin este compromiso despegado, nunca podría observar objetivamente los medios; sería como un pulpo luchando con el Empire State. Entonces, empleo la bendición más grande de la cultura alfabetizada: el poder del hombre para actuar sin reacción –la clase de especialización por disociación que ha sido la fuerza motivante conductora detrás del la civilización occidental”. (McLuhan, 1998: 320).

A este planteamiento le siguen algunas sugerencias de trabajo, mismas que dan cuenta de lo que al menos entonces McLuhan visualizaba como lo que faltaba por hacer desde su perspectiva analítica:

“Cualquier acercamiento a los problemas ambientales debe ser suficientemente flexible y adaptable para abarcar la matriz ambiental completa, la cual está en constante flujo. Me considero un generalista, no un especialista que haya señalado un pequeño punto de estudio como su trabajo intelectual y que es inconsciente con todo lo demás. De hecho, mi trabajo es una operación profunda, la práctica aceptada en la mayoría de las disciplinas más modernas desde la psiquiatría hasta la metalurgia y el análisis estructural. El estudio efectivo de los medios no sólo trata con el contenido de los medios, sin con los medios en sí y con el ambiente cultural total dentro del cual los medios funcionan. Sólo por permanecer fuera de cualquier fenómeno y echar una mirada, uno puede descubrir sus principios operativos y sus líneas de fuerza. Realmente no hay nada radical en este estudio que demande una radicalidad inherente, excepto que por alguna razón, pocos han podido entenderlo. En los últimos 3,500 años el mundo occidental, los observadores sociales han ignorado sistemáticamente los efectos de los medios, ya sea lenguaje, escritura, imprenta, fotografía, radio o televisión. Incluso en la revolucionaria era electrónica de hoy, los eruditos muestran pocos signos de modificación de esta

postura tradicional de avestruz despreocupada”. (McLuhan, 1998: 283-284)

### **Conclusiones: la complejidad de las exploraciones mcluhianas**

Hasta aquí las exploraciones por tres aportaciones de Marshall McLuhan. Como puede observarse, gran parte de este ejercicio consistió en dejar hablar al autor, de tal manera que, en congruencia con el objetivo inicial, el lector pudiese formarse un panorama de su obra y de sus alcances. Un ejercicio que intentamos ilustrar con nuestras propias exploraciones mismas que, por las características de este trabajo, son susceptibles de completarse, siguiendo de nueva cuenta la pista que dio a Eric Norden sobre el seguimiento de sus trabajos:

“Estoy haciendo exploraciones. No sé adónde me van a llevar. Dirijo mi trabajo al propósito pragmático de tratar de entender nuestro ambiente tecnológico y sus consecuencias psíquicas y sociales. Pero mis libros constituyen el proceso completo del descubrimiento, más que el producto, mi propósito es emplear hechos como indagaciones tentativas, como medios de descubrimiento, de reconocimiento de patrones, más que utilizarlos en el sentido tradicional y estéril de contenedores de datos y categorías clasificados. Quiero hacer los mapas de nuevas tierras, más que tomar nota de viejas marcas hechas en tierras conocidas”. (McLuhan, 1998: 283).

¿Cuáles serían esas indagaciones? Sin duda, el análisis del nuevo medio que propició el paso de la televisión de invisible a visible; un nuevo ambiente que apenas comienza a manifestarse a través de las nuevas modalidades que ha asumido la televisión a través de Internet, diferentes a la etapa previa, en la que únicamente se podía visualizar la programación de diversas televisoras del mundo que

estuviese visible en la red.<sup>98</sup> De unos años a la fecha, comienzan a multiplicarse las opciones de televisión vía Internet<sup>99</sup> y, comercialmente hablando, el mercado es prometedor. Lo mismo que académicamente, pues estamos frente a un nuevo medio –siguiendo la lógica mcluhaniana–, a un nuevo lenguaje –que tendrá características similares a la televisión que vemos cotidianamente–, pero que tendrá que incorporar a estas características las especificidades de Internet y que, adicionalmente, ha generado nuevos ambientes en la educación, el mundo laboral y, desde luego, el entretenimiento. Estamos hablando en resumidas cuentas, de la posibilidad de abrir varias exploraciones de estos nuevos medios de comunicación.

Ciertamente se trata de una suposición. Pero no estamos muy alejados de los escenarios actuales de las exploraciones al estilo de Marshall McLuhan, cuyas aportaciones permitieron a Paul Levinson llevar al ciberespacio las exploraciones del pensador canadiense y plasmarlas en *Digital McLuhan* (1999),<sup>100</sup> de la misma forma en que dichas exploraciones han permitido a los miembros-afiliados a Media Ecology hacer sus elaboraciones con

---

<sup>98</sup> Una opción que todavía continúa, ya sea por medio de los portales de cada televisora, o en sitios de la red que organizan la oferta de canales, sobre todo de acuerdo al país de origen, y permiten al usuario suscribirse en línea. El costo aproximado es de diez dólares mensuales por cada canal de suscripción.

<sup>99</sup> En México, uno de sus promotores es Julio Hernández López, columnista de *La Jornada*, quien ha logrado conformar una oferta de contenidos dirigida a un sector de televidentes con un perfil muy similar al de quienes leen este periódico a través de la red. Más recientemente, Telmex ha iniciado sus señales de prueba en [www.prodigymedia.com.mx](http://www.prodigymedia.com.mx), cuya señal –a la fecha gratuita todavía–, accesible a todos los usuarios de la red. Fuera de México, portales como [www.yourcanal.com](http://www.yourcanal.com) presentan opciones programáticas a través de la red. Pero sin duda el fenómeno del momento es [www.youtube.com](http://www.youtube.com), portal que recibe aproximadamente veinte millones de usuarios al día, muchos de los cuales suben videos que vuelven así accesibles a grandes públicos. Habrá que ver, en consecuencia, si Youtube es televisión o es video, dadas las modalidades de acceso, recordando que también da cabida a contenidos que han circulado por la televisión.

<sup>100</sup> El texto fue consultado a través del buscador de Google:

[www.google.com.mx/books](http://www.google.com.mx/books)

respecto a los nuevos medios de comunicación y sus ambientes. Ejercicios que se ha continúan en aumento y que dan cuenta del interés creciente por este enfoque de trabajo. Ejercicios que, en mayor o menor medida, han aceptado la invitación que hizo el propio McLuhan en el marco de una de sus conferencias:

“Les invito a considerar que quizá la mejor forma de estimar el impacto de cualquier nueva tecnología ambiental es darse cuenta de lo que sucede con las otras tecnologías. Nunca podemos percibir el impacto de una nueva tecnología de manera directa, pero sí de la forma en que Perseo miró en el espejo a Medusa, indirectamente. Tenemos que percibir las consecuencias del nueva ambiente en el viejo antes de saber cómo es el nuevo ambiente. No podemos decir cómo es hasta que no hayamos visto lo que hace al viejo ambiente. Sin embargo, la necesidad de entender los procesos y los cambios producidos por las nuevas tecnologías se fortalece a medida que la tecnología lo hace también”. (McLuhan, 1998: 273-274).

## Bibliografía consultada

### Obras de Marshall McLuhan

- McLuhan, M. (1969b). *Contraexplosión*, Buenos Aires, Edit. Paidós.
- McLuhan, M. (1973). *McLuhan: caliente & frío*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- McLuhan, M. (1985). *La Galaxia Gutenberg*, Barcelona, Edit. Planeta (el original se publicó en 1962).
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación*, Barcelona, Edit. Paidós (el original se publicó en 1964).
- McLuhan, M y Carpenter, E. (1968). *El aula sin muros*, Barcelona, Edit. Laia.
- McLuhan, M y Fiore, Q. (1969<sup>a</sup>). *El medio es el masaje*, Buenos Aires, Edit. Paidós.
- McLuhan, M, Fiore, Q. y Argel, J. (1971). *Guerra y paz en la aldea global*, Barcelona, Ediciones Martínez Roca.

### Otros textos

- Castells, M. (2003). *La Galaxia Internet*, Barcelona, Ediciones de Bolsillo.
- Flichy, P. (1993). *Una historia de la comunicación moderna*, Barcelona, Edit. Gustavo Gili.
- Gordon, T. y Willmarth, S. (1997). *McLuhan para principiantes*, Buenos Aires, Ediciones Para Principiantes.
- Kapuscinski, R. “¿Acaso los medios reflejan la realidad del mundo?”,<sup>101</sup> en VV.AA (2003) *La prensa ¿refleja la realidad?*, Chile, Edit. Aún creemos en los sueños, Selección de artículos de *Le Monde diplomatique*, págs. 19-28.
- McLuhan, E. Y Zingrone, F. (1998). *McLuhan: escritos esenciales*, Barcelona, Edit. Paidós.
- Ramonet, I, “Medios concentrados”,<sup>102</sup> en VV.AA (2003) *La prensa, ¿refleja la realidad?*, Op. Cit., págs. 15-18).
- Thompson, John (2001). *El escándalo político: poder y visibilidad en los medios de comunicación*, Barcelona, Edit. Paidós.

---

<sup>101</sup> Publicado en la edición chilena de LMD, octubre de 2000.

<sup>102</sup> El original fue publicado en *Le Monde diplomatique*, diciembre de 2002.

## DESIDERATA

Dña. / D.

S O L I C I T A a la Biblioteca la adquisición de la obra que se cita:

- [ ] **1º - Territorio, cultura y comunicación en la Unión Europea e Iberoamérica: una propuesta de cooperación interterritorial**  
Ramón Zallo | ISBN-13: 978-84-938428-3-3 | Precio social: 4,50 €
  
- [ ] **2º - Contenidos audiovisuales y Cibercultura**  
Coord. Ana María Sedeño Valdellós | ISBN-13: 978-84-938428-4-0 |  
Precio social: 6 €
  
- [ ] **3º - Los ‘barrios chinos’, en la prensa tinerfeña de 2007**  
Coord. Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN-13: 978-84-938428-5-7 | Precio social: 5,50 €
  
- [ ] **4º - El papel de la prensa tinerfeña en la ‘crisis de las pateras’ de 2006**  
Ciro Enrique Hernández Rodríguez | ISBN-13: 978-84-9384428-7-1 |  
Precio social: 4,50 €
  
- [ ] **5º - Cuba Media: guerra y economía desde la prensa tinerfeña**  
Alberto Isaac Ardèvol Abreu | ISBN-13: 978-84-938428-8-8 | Precio social: 4,50 €
  
- [ ] **6º - El hábitat de la información**  
Samuel Toledano | ISBN-13: 978-84-938428-9-5 | Precio social: 4,50 €
  
- [ ] **7º - Retos del profesional de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento** | Carmen Marta Lazo (Coord.) | ISBN-13: 978-84-939337-0-8 | Precio social: 6 €
  
- [ ] **8º - El contenido de los mensajes icónicos**  
Raymond Colle | ISBN-13: 978-84-939337-1-5 | Precio social: 5,5 €
  
- [ ] **9º - Cinema documental interactivo e linguagens audiovisuais participativas: como producir**  
Denis Porto Renó | ISBN – 13: 978-84-939337-2-2 | Precio social: 5 €

- [ ] **10° - Acceso y visibilidad de las revistas científicas españolas de Comunicación**  
Fonseca-Mora, M.C. (Coord.) | ISBN-13: 978-84-939337-3-9 | Precio social: 6 €
- [ ] **11° - El análisis de contenido de las comunicaciones (1. Fundamentos)**  
Raymond Colle | ISBN – 13: 978-94-939337-4-6 | Precio social: 5 €
- [ ] **12° - El análisis de contenido de las comunicaciones (2. Técnicas de análisis)**  
Raymond Colle | ISBN – 13: 978-84-939337- 7-7 | Precio social: 4,50 €
- [ ] **13° - El análisis de contenido de las comunicaciones (3. Ejemplos de aplicaciones)**  
Raymond Colle | ISBN – 13: 978-84-939337-8-4 | Precio social: 5,50, €
- [ ] **15° - La docencia y la investigación universitarias en torno a la Comunicación como objeto de estudio en Europa y América Latina**  
José Luis Piñuel Raigada | ISBN – 13: 978-94-939337-9-1 | Precio social: 8 €
- [ ] **16° - Los editores de revistas académicas de Comunicación. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas de Tenerife (julio, 2011)**  
Victoria Tur Viñes (Coord.) | ISBN – 13: 978-84-939795-0-8 | Precio social: 5 €
- [ ] **17° - Bases de datos y citación en Ciencias Sociales. Reflexiones compartidas en el I Encuentro de Revistas Científicas de Tenerife (julio, 2011)**  
Victoria Tur Viñes (Coord.) | ISBN – 13: 84-939795-0-3 | Precio social: 4,50 €
- [ ] **18° - Conocer y pensar a Marshal McLuhan**  
Octavio Islas y Claudia Benassini / Introducción de Amaia Arribas | ISBN – 13: 978-84-939795-2-2 | Precio social: 5 €

Firma del lector / lectora

[Fotocopiar antes de entregar...]

**Distribuye:** F. Drago. Andocopias S.L. c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.  
Teléfono: 922 250 554 | [fotocopiasdrago@telefonica.net](mailto:fotocopiasdrago@telefonica.net)