



McLuhan, durante una entrevista en la televisión pública canadiense. Fuente: CBC



Cien años del pensador canadiense

## McLuhan y la comunicación estratégica

OCTAVIO ISLAS

En la primera parte del texto se fundamenta la importancia de la obra y pensamiento de McLuhan, que trasciende el ámbito de la comunicología, y que de ninguna manera admiten ser estigmatizados como determinismo tecnológico. El pensamiento mcluhiano es la columna vertebral de la ecología de los medios, corriente del pensamiento humanista que estudia el impacto cultural de las tecnologías y los medios de comunicación en las sociedades. En la segunda parte del texto se destaca la posibilidad de encontrar en la obra de McLuhan, algunas tesis que permitan fundamentar la pertinencia de una teoría de la comunicación estratégica desde la ecología de los medios, considerando como obligado punto de partida para ello, la compleja tétrada mcluhiana, que introdujeron Marshall y Eric McLuhan en el libro *Las leyes de los Medios. La Nueva Ciencia*<sup>1</sup>. De acuerdo con ellos, las cuatro leyes —¿Qué extienden los medios o tecnologías?, ¿Qué vuelven obsoleto?, ¿Qué recuperan?, ¿Qué revierten?— admiten ser aplicadas, sin excepción, a todas las creaciones del hombre, tangibles e intangibles, abstractas o concretas.

Palabras clave: McLuhan, ecología de los medios, comunicación estratégica, tétrada, internet.

The first part of the text supports the importance of McLuhan's work and thinking, which transcend the field of communicology and which can in no way be stigmatised as technological determinism. McLuhan's thinking represents the backbone of media ecology, a school of humanist thinking which studies the cultural impact of technologies and media in societies. The second part of the text highlights the possibility of finding some theses in McLuhan's work which may support the relevance of a strategic communication theory based on a media ecology approach. The starting point would be the complex McLuhanian tetrad introduced by Marshall and Eric McLuhan in the book *The Laws of the Media. The New Science*<sup>1</sup>. According to them, the four laws —What do media or technologies spread? What do they make obsolete? What do they recover? What do they revert?— may be applied, without exception, to all of humanity's creations, tangible or intangible, abstract or concrete.

Keywords: McLuhan, media ecology, strategic communication, tetrad, internet.

OCTAVIO ISLAS es director del Proyecto Internet—Cátedra de Comunicaciones Digitales Estratégicas y catedrático en el Doctorado en Estudios Humanísticos en el Tecnológico de Monterrey; así como director y fundador de la revista digital *Razón y Palabra*.

[1] La primera edición —en inglés— del libro *Las leyes de los Medios. La Nueva Ciencia* fue publicada en 1988. La primera versión en castellano vio la luz dos años después, en 1990.



EL 21 DE JULIO DE 2011 se celebraron 100 años de Herbert Marshall McLuhan, quien nació el 21 de julio de 1911, en Edmonton, Alberta, Canadá, y murió el 31 de diciembre de 1980, en Toronto, Canadá. McLuhan fue, fundamentalmente, un hombre de letras.<sup>2</sup> Debido a las actividades docentes que emprendió en Estados Unidos a finales de la década de 1930, al concluir sus estudios doctorales en Reino Unido, se interesó por la cultura popular estadounidense (Fernández y Sampieri 2011),<sup>3</sup> y posteriormente centró su atención en la comprensión del impacto cultural de las tecnologías y los medios de comunicación en las sociedades. McLuhan, además, es reconocido como formidable visionario –y también agudo estratega–, pues anticipó el tránsito a la ‘aldea global’; 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 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; propuso la compleja relación campo –figura; anticipó el advenimiento de los prosumidores y los nómadas digitales; y afirmó que el medio es el mensaje –tesis eminentemente estratégica –.

A pesar de sus relevantes contribuciones teóricas y conceptuales –que definitivamente trascienden el estricto ámbito de la comunicología (Galindo 2005)<sup>4</sup> –, McLuhan reconocía no ser el creador de una teoría estructurada. Afirmaba que sus aportaciones solo deberían ser consideradas como ‘observaciones’. Sin embargo, McLuhan ha sido considerado como uno de los intelectuales más destacados en el siglo XX. Tom Wolfe, el llamado “padre del nuevo periodismo”,<sup>5</sup> afirmó que tendría que ser reconocido como el pensador más grande en la historia, con Newton, Darwin, Einstein y Pavlov.

Durante la década de 1960 McLuhan fue considerado obligado referente y celebridad, particularmente a partir de 1964 con la publicación de la primera edición de *Understanding media. The extensions of man –su tercer libro –*<sup>6</sup>. De la primera edición de ese libro fueron vendidos más de 150.000 ejemplares. *Understanding media* ha sido traducido a más de 20 idiomas. Sin embargo, en 1967, de la primera edición del libro *The medium is the message: An inventory of effects*<sup>7</sup> fueron vendidos 500.000 ejemplares. Pese a la fama, también fue objeto de radicales cuestionamientos. En la década de 1970 McLuhan entró paulatinamente en el olvido. Las descalificaciones que recibía se hicieron más frecuentes. Benjamin DeMott (1967), por ejemplo,<sup>8</sup> empleó el término “*McLuhanacy*”<sup>9</sup> para referir, con cruel ironía, la “utopía mcluhania-na”. Jonathan Miller (1971)<sup>10</sup> acusó a McLuhan de haber renunciado a la inteligencia política. Inclusive los cuestionamientos se han extendido a nuestros días. En el libro *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global* (2000), Armand Mattelart dedica un considerable número de hojas a la crítica de McLuhan. En Iberoamérica, un amplio número de académicos e investigadores de la comunicación suponen que el pensamiento de McLuhan se inscribe en el imaginario teórico y conceptual del Estructural Funcionalismo;

[2] McLuhan estudió la licenciatura y la maestría en letras en la Universidad de Manitoba, Canadá. El título de su tesis de maestría fue “George Meredith as a poet and dramatic novelist”. Pocos años después, hizo el doctorado en literatura en la Universidad de Cambridge, Reino Unido. El título de su tesis fue “The place of Thomas Nashe in the learning of his time”.

[3] El tema central del primer libro de Marshall McLuhan –*The Mechanical Bride. Folklore of industrial man* (1951) – es la cultura popular estadounidense.

[4] Jesús Galindo Cáceres define así la comunicología: “Es el nombre de la ciencia de la comunicación. Aún no existe del todo y para que ello suceda debe antes cumplir con una serie de requisitos formales, y dentro de esas formalidades adquirir presencia en la vida académica del espacio social que se dedica, en forma especializada, al desarrollo del pensamiento y la práctica de la comunicación” (Galindo 2005: 9).

[5] Tom Wolfe (1934 – ). Es considerado como uno de los padres del “nuevo periodismo”. Autor del libro *The New Journalism* (1977) –en castellano: *El nuevo Periodismo*–.

[6] *Understanding Media: The extensions of Man* fue publicado en castellano



no pocos de los detractores además suponen que McLuhan era de origen estadounidense. Ambos supuestos –ser considerado como uno de los intelectuales emblemáticos del Estructural Funcionalismo, y además, de origen estadounidense–, para no pocos académicos e investigadores de la comunicación en Iberoamérica, aún en la actualidad, representan razones sólidas para estigmatizar a McLuhan como pensador “reaccionario”; o bien, al amparo de una cómoda simplicidad, ubicarle en el imaginario teórico y conceptual del “determinismo tecnológico” –corriente que admite ser considerada como rotunda negación de la llamada “teoría crítica”–. En cambio, en Europa, Asia y Norteamérica el pensamiento y la obra de Marshall McLuhan es respetada y venerada. McLuhan sencillamente anticipó internet y el formidable desarrollo que observarían las comunicaciones digitales. Sobre la dificultad de comprender a McLuhan e inferir la aplicabilidad de sus tesis, Federman y de Kerckhove afirman:

“McLuhan is more often quoted than read; and even when read, he’s rarely understood in a way that leads to useful action. Worse yet, McLuhan is not merely misunderstood, but his ideas are too often put o the service of something he particularly detested –a nostalgic “living in the rear – view mirror” (Federman y de Kerckhove 2003: 9).<sup>11</sup>

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 –que tantos homenajes dedicó a la memoria de McLuhan durante 2011–, procedió con lamentable insensibilidad ante las peticiones de los familiares de Marshall, las cuales fueron compartidas y apoyadas por destacados académicos e intelectuales (Neil Postman, Walter Ong, Edward Hall, Gerald Goldhaber, entre otros), celebridades, reconocidos cineastas (Woody Allen, por ejemplo), e inclusive algunos políticos (Jerry Brown, entonces gobernador de California), quienes inútilmente solicitaron a las autoridades de esa universidad no cerrar el *Centre for Culture and Technology*, que dirigió McLuhan desde el 24 de octubre de 1963, considerando, por supuesto, los breves interinatos de Arthur Porter, entre 1967 y 1968, y E.A. McCulloch, en 1979. El 17 de junio de 1980, la Universidad de Toronto convocó a los medios de comunicación para informar el inminente cierre del *Centre for the Culture and technology*. Un día después el centro empezó a ser destruido. En sus últimos meses de vida, Marshall percibió con profunda tristeza el desmantelamiento del centro de investigación al cual dedicó tantas horas, y al cual asistieron grandes celebridades a escuchar sus agudas disertaciones –John Lennon, por ejemplo–. Marshall McLuhan murió la noche del 31 de diciembre de 1980, en su residencia, ubicada en la exclusiva zona de Wychwood Park, en Toronto, Canadá. El funeral fue celebrado el 3 de enero de 1981, en la Iglesia del Santo Rosario, en Toronto. 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, para poder recuperarle en el imaginario de una ingeniería social posible, aún por construir.

en 1969 por la editorial Diana con el siguiente título: *La comprensión de los medios de comunicación como extensiones del hombre*. Posteriormente, Paidós publicó una nueva edición con el título: *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del hombre*.

[7] *El medio es el masaje. Inventario de efectos*. En 1997, Paidós publicó una edición en castellano.

[8] Benjamin DeMott (1924–2005). Escritor estadounidense, uno de los principales críticos de McLuhan en la Unión Americana, autor de más de 12 libros.

[9] Una posible traducción al castellano sería “mclunatismo”.

[10] Johathan Miller (1934–). Director de teatro, ópera, escritor, presentador de televisión, humorista y escultor británico.

[11] “McLuhan frecuentemente es más citado que leído e, incluso, cuando se lee, rara vez se entiende de manera que conduzca a la acción práctica. Peor aún, McLuhan no solo es mal entendido, a menudo sus ideas son puestas al servicio de algo que particularmente detestaba: la nostalgia de quienes viven en el espejo retrovisor”.



Reconocidos académicos, en su mayoría discípulos de McLuhan, como Neil Postman<sup>12</sup>, recuperaron su legado teórico para afirmar la pertinencia teórica y conceptual de la Ecología de los Medios, una compleja escuela de pensamiento humanista que trasciende el imaginario teórico y conceptual de la comunicología, y que se ha distinguido por conceder particular énfasis al estudio del impacto cultural de las tecnologías y los medios de comunicación en las sociedades. La Ecología de los Medios también es conocida como Escuela de Toronto, Escuela de Nueva York, Mediología, Escuela de San Luis o Escuela Norteamericana de la Comunicación. Entre los principales teóricos e intelectuales en la Ecología de 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, James Carey y Christine Nystrom, entre otros.<sup>13</sup> Neil Postman —uno de los más destacados discípulos de Marshall McLuhan— definió así el objeto de estudio de la Ecología de los Medios:

“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”. Traducción a cargo de Erica Minera. Véase: *What is Media Ecology? (¿Qué es la Ecología de los Medios?)*”.

Internet definitivamente contribuyó a recuperar el pensamiento de McLuhan. En años recientes algunas comunidades sensibles en la Red le han convertido en obligada referencia. La revista *Wired* le designó como su “santo patrón”. Alan Kay<sup>15</sup> afirmó que gracias a la influencia de McLuhan, y, particularmente a través de la lectura de *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, pudo comprender a las computadoras como medios (Johnson 1997). En el monográfico *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*, Bill Gates (1999)<sup>16</sup> recuperó el concepto de exteriorización del sistema nervioso

[12] Neil Postman (1931—2003). Alumno de Marshall McLuhan, considerado uno de los pilares de la “Ecología de los Medios”.

[13] Un interesante compendio de textos seminales en Ecología de los Medios puede ser consultada en el sitio web de la Media Ecology Association. Véase: [http://www.media—ecology.org/media\\_ecology/readinglist.html](http://www.media—ecology.org/media_ecology/readinglist.html)

[14] Disponible en: [http://www.media—ecology.org/media\\_ecology/](http://www.media—ecology.org/media_ecology/)  
Fecha de consulta: 2 de enero de 2010.

[15] Alan Kay (1940—) concibió las computadoras *laptop* (portátiles) y es considerado el 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.



central para indicar que internet, extranet e intranet representan el sistema nervioso digital de las organizaciones.<sup>17</sup> En las primeras líneas de *Understanding Media*, McLuhan parece anticipar Internet, el medio de comunicación que seguramente hubiese designado como ‘inteligente’:

“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).

Robert Logan<sup>18</sup> sostiene 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). Federman y de Kerckhove coinciden en destacar los extraordinarios paralelismos entre McLuhan e Internet: “McLuhhan’s mind functioned like the Web. He would associate, link, relate and draw analogies between ideas, observations and notions as far apart as satellites, the genetic code and the comic strip”. (Federman y Derrick de Kerckhove 2003: 9).<sup>19</sup>

McLuhan efectivamente fue un adelantado incomprendido, como destaca Alejandro Piscitelli. En buena medida internet le reactualizó. Además internet ha permitido demostrar el alcance y pertinencia de no pocas de sus agudas aseveraciones. Por ejemplo, la metodología que empleó en los dos libros que ilustró Quentin Fiore – *The medium is the massage. An inventory of effects* y *War and Peace in the Global Village* –, definida por McLuhan como ‘mosaico’, anticipó la narrativa establecida en Twitter. La mayoría de los párrafos contenidos en los citados libros, podrían ser difundidos a través de tuits inferiores a 140 caracteres.

Después de la muerte de Marshall McLuhan, y hasta finales de octubre de 2011, habían sido publicados los siguientes libros, en los cuales, por motivos diversos fue incluido su nombre como coautor:<sup>20</sup> *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

[16] En castellano: *Los negocios @ la velocidad del pensamiento. La utilización de los sistemas nerviosos digitales.*

[17] McLuhan reconoció que la tesis relativa a que las tecnologías electrónicas son extensiones del sistema nervioso central procedió del teólogo francés Teilhard de Chardin.

[18] Robert Logan (1939—), reconocido experto en temas de Ecología de Medios y uno de los más destacados discípulos de Marshall McLuhan.

[19] “La mente de McLuhan funcionaba como la Web. El asociaba, enlazaba, relacionaba y establecía analogías entre las ideas y entre observaciones e ideas tan distantes como los satélites, el código genético y el cómic”.

[20] En castellano: *Las Leyes de los medios. La nueva ciencia; la aldea global; Transformaciones en la vida mundial; Los medios en el siglo XXI; El libro de las pruebas; Comprendiéndome. Lecturas y entrevistas; Marshall McLuhan no consolidado; Medios y causas formales; y Teoría de la comunicación.*



honoris causa: Universidad de Windsor (1965), Assumption University (1966), Universidad de Manitoba (1967), Simon Fraser University (1967), Grinnell University (1967), St. John Fisher College (1969), Universidad de Alberta (1971), University of Western Ontario (1972), Universidad de Toronto (1977).

### La comunicación estratégica posible a partir de McLuhan

McLuhan siempre mostró particular interés por afirmar la aplicabilidad de sus tesis. Por ello, se desempeñó como consultor, y por lo menos en dos ocasiones intentó poner en marcha empresas que ofrecían diversos servicios de consultoría en comunicación estratégica. Además, debemos tener presente las investigaciones y proyectos de consultoría que realizó a través del *Centre for Culture and Technology*, en la Universidad de Toronto (Fernández y Sampieri 2011). Ya avanzada la década de 1970, McLuhan recibía un promedio de tres invitaciones diarias de todo el mundo para dictar conferencias magistrales, seminarios y, por supuesto, servicios de consultoría (Federman y De Kerckhove 2003). A mediados de la década de 1950, con un socio de apellido Hagon, Marshall McLuhan puso en marcha una pequeña empresa de consultoría en relaciones públicas: Idea Consultants (Federman y De Kerckhove 2003), la cual no precisamente se distinguió por su exitosa trayectoria comercial, pues cerró en 1957. Poco más de 20 años después –en 1978–, con Gerald Goldhaber, reconocido publicirrelacionista,<sup>21</sup> y el consultor político Don Williams, iniciaron las operaciones de la firma McLuhan, Goldhaber y Williams, con oficinas en Las Vegas, Nevada, Búfalo y Nueva York. Esa agencia le permitió a McLuhan experimentar algunas tesis, como la encuesta de los dos hemisferios del cerebro y la “teoría carismática del liderazgo” (Fernández y Sampieri 2011). Sin embargo, la referida firma consultora no ganó grandes contratos. Quizá el más importante lo obtuvieron con la Comisión de Tráfico de Toronto.

En cambio, como consultor independiente McLuhan realizó exitosas intervenciones –por ejemplo, con General Electric–, por supuesto sus servicios fueron generosamente remunerados. En México, por ejemplo, Luis Echeverría Álvarez, presidente de México en el sexenio 1970–1976, le ofreció una atractiva suma de dinero para realizar una investigación que permitiera demostrar la negativa influencia que ejercían las series de la televisión estadounidense en los movimientos guerrilleros en el estado de Guerrero. Por supuesto, McLuhan rotundamente se negó a validar tal disparate (Collado y Sampieri 2011).

McLuhan estaba plenamente convencido de que el sector empresarial resultaba un territorio idóneo para experimentar sus tesis, pues consideraba que las organizaciones finalmente son extensiones de las personas. En el libro más importante de Marshall McLuhan –*Understanding Media*– podemos encontrar algunos capítulos de enorme relevancia en el pensamiento estratégico, por ejemplo: El reloj, El dinero. Hace 40 años, en un texto especialmente concebido para directivos de empresas (*Take Today: The Executive As Dropout*, 1972), McLuhan y Nevitt anticiparon que el aumento de las funciones reemplazaría puestos de trabajo; los efectos de la descentralización de la electrici-

[21] Gerald M. Goldhaber es profesor en la Universidad de Nueva York, escribió en TV Guide, es experto en temas de comunicación organizacional (autor del libro *Organizational Communication*, publicado en castellano con el título: *La comunicación en las organizaciones*) y presidente de la firma Goldhaber Research Associates.



dad basada en la comunicación; la transformación del hardware en software; el constante cambio disruptivo, desplazando a la progresión lineal y el sentido estable en la perspectiva situacional; drásticos cambios en la percepción del tiempo y la disolución de un considerable número de fronteras geográficas a partir del desarrollo de nuevos medios de comunicación; el advenimiento de los prosumidores y las “organizaciones aprendientes”. La innovación –así lo comprendía atinadamente McLuhan– requiere adoptar formas de pensamiento no convencionales. El nuevo pensamiento demanda nuevas herramientas de pensamiento. McLuhan consideraba al artista<sup>22</sup> como el único sujeto capaz de desarrollar una percepción integral.<sup>23</sup> Para preguntar qué ocurre en el mundo, afirmaba McLuhan, resulta indispensable preguntar al artista y luego al hombre de negocios. Ambos –el artista y el hombre de negocios– son cazadores. Sin embargo, en ambientes de negocios los directivos suelen perder la perspectiva al estar rodeados de comodidades. Por ende, la primera tarea de todo consultor consiste en hacerles ver de qué no se han dado cuenta que está presente (Federman y De Kerckhove 2003).

En el libro *Las leyes de los medios. La nueva ciencia*,<sup>24</sup> que concluyó Eric y cuya primera edición fue publicada en 1988 –ocho años después de la muerte de su padre–, Marshall y Eric McLuhan introdujeron cuatro leyes que admiten ser aplicadas, sin excepción, a todas las creaciones del hombre, tangibles como intangibles, abstractas o concretas. Para definir las cuatro leyes de los medios, los McLuhan partieron de las siguientes preguntas: ¿Qué afirmaciones podemos hacer acerca de los medios de información que cualquiera pueda a poner a prueba –confirmar o refutar–? y ¿qué tienen en común todos los medios informativos?. Si formulamos las preguntas que soportan las cuatro leyes, éstas serían: ¿Qué extienden los medios o tecnologías?, ¿Qué vuelven obsoleto?, ¿Qué recuperan?, ¿Qué revierten?. La representación gráfica de las citadas interrogantes es conocida como la tétada mcluhiana, que no debe ser considerada secuencialmente. En realidad se trata de cuatro procesos más o menos simultáneos.

La primera ley, relativa a la extensión, indica que toda tecnología extiende una facultad física o psíquica del hombre. Debemos tener presente que el concepto de extensión supone la posibilidad de prolongar, reemplazar, incrementar, reforzar, acelerar, intensificar. La segunda ley, que corresponde a la obsolescencia y es consecuencia directa de la extensión, implica que cuando un medio prolonga una facultad física o psíquica, determinadas partes del entorno de lo extendido se vuelven obsoletas. Según McLuhan, las tecnologías extienden, pero también amputan. La amputación es inevitable. Mientras determinados sentidos o facultades se incrementan, otros inevitablemente disminuyen. El concepto medular de la tercera ley es la recuperación. La estructura social resiente los efectos de toda nueva tecnología y paulatinamente recupera su equilibrio. En ocasiones la recuperación es resultado de adaptaciones o procesos compensatorios. La cuarta ley se define a partir de la reversión. Cuando la tecnología llega a su límite, –que en términos mcluhianos significa el sobrecalentamiento del medio–, suelen presentarse hechos y situa-

[22] En 1968, en una sesión con una docena de directivos de IBM, McLuhan anticipó las computadoras personales. Embotados en su particular dinámica, los directivos de IBM consideraron absurda la visión mcluhiana.

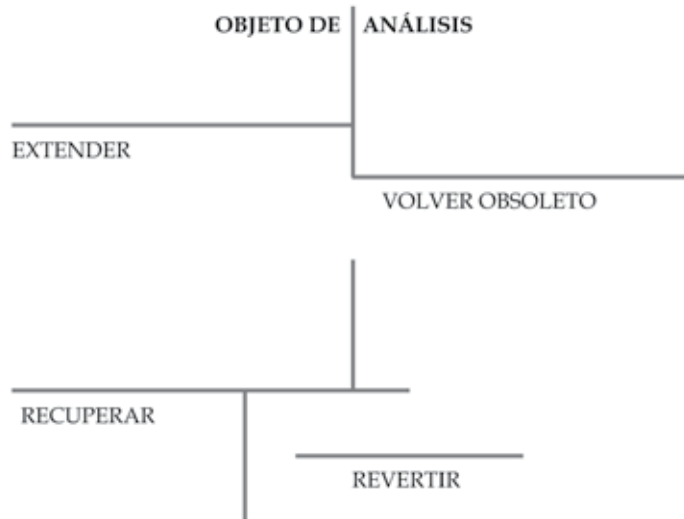
[23] McLuhan escribió con Barrington Nevitt un libro destinado particularmente a directivos de empresa: *Take today; the executive as dropout* (1972).

[24] Vale la pena consultar un interesante sitio web que centra su atención sobre *Las leyes de los medios. La nueva ciencia*: <http://www.lawsofmedia.com/bibliography.html> Quizá el primer antecedente inmediato de las leyes de los medios sea el texto “Laws of the Media”, publicado en “Laws of the Media.” *Et Cetera* 34 (2): p.173–79.



ciones que revierten o “enfrían” la tendencia. Un medio solo revierte porque se ha llevado al límite.

### Tétrada de McLuhan (Federman y De Kerckhove 2003: 103)



Por supuesto, la téttrada mcluhiana admite ser utilizada como una matriz estratégica o como una útil herramienta de análisis en la comunicación estratégica, por ejemplo, en el diseño de modelos de gestión de situaciones de riesgo y crisis, partiendo de usar la téttrada para el diagnóstico del escenario precomunicativo, y procediendo a evaluar los resultados obtenidos en la intervención, recuperando la téttrada en el escenario postcomunicativo.

*A Amaia Arribas y Sarablué*

### Bibliografía

- BENASSINI, C. (2010), “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 (2000), “The Intellectual Roots of Media Ecology”, en *The New Jersey Journal of Communication*, vol. 8, núm. 1, p.1–8.
- COLLADO, C., Y SAMPIERI, R (2011) “De la torre de control a la torre de marfil”, en *Razón y Palabra*, núm. 76. Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/MarshallMcLuhan\\_DeLaTorreDeMarfilALaTorreDeControl.PDF](http://www.razonypalabra.org.mx/MarshallMcLuhan_DeLaTorreDeMarfilALaTorreDeControl.PDF)
- CROSBY, H., Y BOND, G. (EDS) (1968), *The McLuhan Explosion*, Nueva York: American Book Company.
- DAY, B. (1967), *The Message of Marshall McLuhan*, Londres: Lintas.





- DEMOTT, B., "Against McLuhan", en STEARN, G. (ED). (1967), *Hot and Cool. A Critical Symposium*, Nueva 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. Disponible en *Razón y Palabra*: (<http://www.razonypalabra.org.mx>).
- FEDERMAN, M. Y DE KERCKHOVE, D. (2003), *McLuhan for Managers: New Tools for New Thinking*, Toronot: Viking Canada.
- FINKELSTEIN, W. (1968), *Sense and Nonsense of McLuhan*, Nueva York: International Publishers.
- GALINDO, J., ET AL (2005), *Cien libros hacia una comunicología posible*. México: Universidad Veracruzana.
- GATES, B. (1999), *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*, Estados Unidos: Warrner Books.
- GOLDHABER, G. (1990), *Comunicación Organizacional*, México: Diana.
- GOODY, J. (1977), *The Domestication of the Savage Mind*, Cambridge: Cambridge University Press.
- GORDON, W. T. (1997), *Marshall McLuhan. Escape into Understanding*. Toronto, Stoddart Publishing.
- GORDON, W.T. (2010), *McLuhan*, Estados Unidos: Continuum.
- GORDON, W.T. (2010), *McLuhan. A Guide for the Perplexed*, Estados Unidos: Continuum.
- GORDON, W.T, Y WILLMARTH, S. (1988), *McLuhan para principiantes*, Argentina: Era Naciente NRL.
- GORDON, W.T (2003), *Understanding media: the extension of man. Critical edition*, Alemania: Ginko Press.
- HARROCKS, C. (2004), *McLuhan y la realidad virtual*, Barcelona: 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*. Nueva York: Harper Collins.
- KONG, C. (2006), *Perspectives on culture, technology and communication*. Estados Unidos: Hampton Press.
- KROKER, A. (1985), *Technology and the Canadian Mind: Innis/McLuhan/Grant*, Nueva York: St. Martin's.
- LEVINSON, P. (1997), *The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution*, Londres y Nueva York: Routledge.
- LEVINSON, P. (1999), *Digital McLuhan. A guide to the information millennium*, Londres y Nueva York: Routledge.
- LOGAN, R (2010), *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, Estados Unidos: Peter Lang Publishing.
- MARCHAND, P. (1989), *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*, Nueva York: Ticknor & Fields.
- MATTELART, A. (2000), *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*, España: Paidós.
- MATTELART, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona: Siglo XXI.
- MCLUHAN, E., Y MCLUHAN, M. (2011), *Theories of Communication*, Estados Unidos: Peter Lang P.
- MCLUHAN, M. (1969), *Counterblast*, Toronto: McClelland and Stewart.
- MCLUHAN, M. (1970), *Culture Is Our Business*, Nueva York: McGraw – Hill.



- McLUHAN, M. (1998), *La Galaxia Gutenberg. Génesis del homo typographicus*, Barcelona: Círculo de Lectores.
- McLUHAN, M. (1996), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós Comunicación.
- McLUHAN, M. (2002), *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man*. Estados Unidos: Ginko Press.
- McLUHAN, M. (2004), *Understanding me. Lectures and Interviews*, Estados Unidos: The MIT Press.
- McLUHAN, M. (2005), *Marshall McLuhan Unbound*. California: Ginko Press.
- McLUHAN, M., Y CARSON, D. (2003), *The book of probes*, Nueva York: Ginko Press.
- McLUHAN, M Y CARPENTER, E. (1970), *Explorations in Communications*, Londres: Cape.
- McLUHAN M., Y FIORE, Q. (1968), *War and Peace in the Global Village*, Nuev 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.
- McLUHAN M., Y McLUHAN, E. (2011), *Media and formal cause*, Houston: NeoPoiesis Press.
- McLUHAN, E., Y McLUHAN, M. (2011), *Theories of Communication*, Estados Unidos: Peter Lang P.
- 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*, Nueva York: Harcourt Brace.
- McLUHAN, M., Y PARKER, H. (1968), *Through the Vanishing Point: Space in Poetry and Painting*, Nueva York: Harper.
- McLUHAN, M., Y WATSON, W. (1970), *From Cliché to Archetype*, Nueva 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*, 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*, Nueva York: Penguin.
- POSTMAN, N. (1992), *Technopoly: The surrender of culture to technology*, Nueva York: Knopf.
- POSTMAN, N., Y WEINGARTNER, C. (1969), *Teaching as a Subversive Activity*, Nueva York: Delacorte.
- ROSENTHAL, R. (ED). (1968), *McLuhan: Pro and Con*, Estados Unidos: Funk and Wagnalls.
- SANDERSON, F., Y MACDONALD, F. (1989), *Marshall McLuhan: The Man and His Message*, Colorado: Fulcrum.
- STRATE, L. (2004), “A Media Ecology Review”, en *Communication Research Themes*. Centre for the study of Communication and Culture, vol. 23, núm. 2, p. 3 – 39.
- THEALL, DONALD F. (1971), *The Medium Is the Rear View Mirror: Understanding McLuhan*. Montreal: McGill – Queens University Press.
- WOLFE, T. (1975). *The New Journalism*, Estados Unidos: EW Johnson.