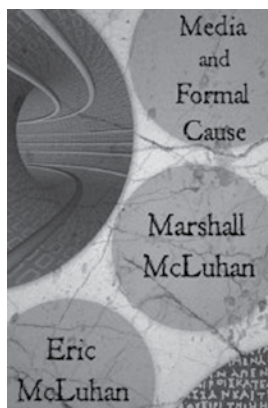


COUPLAND, DOUGLAS, *Marshall McLuhan: You Know Nothing of My Work!*, Atlas Books, Nueva York, 2010.  
ISBN: 978—1935633167.

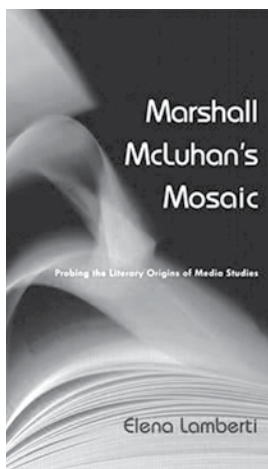
Singular título (extraído de aquella escena de *Annie Hall* en la que McLuhan se interpreta a sí mismo) para una biografía atípica, empezando por la ligereza de su lectura en cuanto a estilo y volumen, poco más de 200 páginas. La obra se dispensa desde ángulos poco convencionales, que, por instantes, parecen aportar argumentos a aquellos que han construido su carrera académica al margen del esfuerzo del autor canadiense por definir el sistema de medios moderno. Obviados los juicios previos, observamos que en realidad *Marshall McLuhan: You Know Nothing of My Work!* supone una inmersión académica—un tanto amnésica, dirían otros— en la filosofía de un pensador, icono de la pop—culture, que trascendió los límites de la comunicología; y una exploración en la habilidad de McLuhan para anticipar los efectos homogenizadores y deshumanizadores de los medios en las actuales estructuras globalizadas de internet y la tecnología digital.

MCLUHAN, MARSHALL Y MCLUHAN, ERIC, *Media and Formal Cause*, NeoPoiesis Press, Estados Unidos, 2011.  
ISBN: 978—0983274704.

Eric McLuhan da forma a uno de los últimos proyectos en los que trabajó con su padre, materializado como *Media and Formal Cause*; cuatro ensayos que, parafraseando a Paul Levinson, capturan y extienden una única vía de pensamiento sobre los medios de comunicación, que conecta el mundo antiguo con nuestros presente y futuro. Comprometido con la poesía y lo estético (Lance Strate), la obra enlaza con la visión de los sistemas de Bateson, las estructuras disipativas de Prigogine,



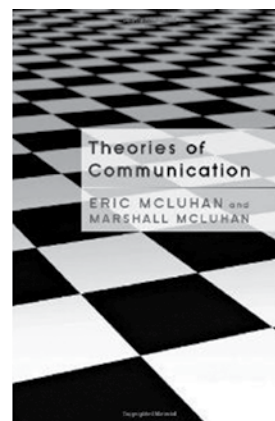
la geometría fractal de Mandelbrot, algunos postulados de Volk, o las concepciones autopoieticas de Maturana y Varela. El texto aspira a desterrar las sospechas relacionadas con el determinismo tecnológico, recordando que para los ecologistas mediáticos el lenguaje es una forma de poesía usada para tratar con procesos complejos, como el de la causa formal: aquella causalidad que McLuhan tenía



en mente cuando se enfrentaba a los cambios que la tecnología introducía en los individuos, la sociedad y la comunicación.

LAMBERTI, ELENA, *Marshall McLuhan's Mosaic: Probing the Literary Origins of Media Studies*, University of Toronto Press, Toronto, 2012.  
ISBN: 978—1442609884.

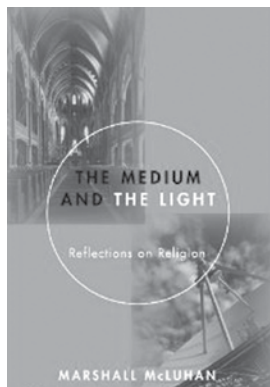
Cumplido el primer centenario del nacimiento de McLuhan, la profesora Elena Lamberti (Universidad de Bolonia) explora un aspecto poco estudiado de su obra: las raíces, sólidas, del 'método mosaico' y su particular manera



de escribir. Nos emplazamos frente a una investigación concienzuda de cómo la literatura y las artes influyeron en sus teorías sobre los medios más importantes. Esta nueva aproximación profundiza en las parcelas humanista y modernista del pensador canadiense, y en cómo en su producción intelectual la literatura empieza a concebirse no sólo como una materia, sino como "una función inseparable de la existencia común", que, además, ayuda a comprender aquellos patrones de nuestro ambiente que permanecen ocultos. En cualquier caso, el mejor prefacio para el libro es el artículo que la propia autora firma en el presente número de *Infoamérica—ICR* con el título 'Explorando los orígenes literarios de los estudios mediáticos de McLuhan'.

MCLUHAN, MARSHALL Y MCLUHAN, ERIC, *Theories of Communication*, Peter Lang Pub Inc, Nueva York, 2011.  
ISBN: 978—1433112126.

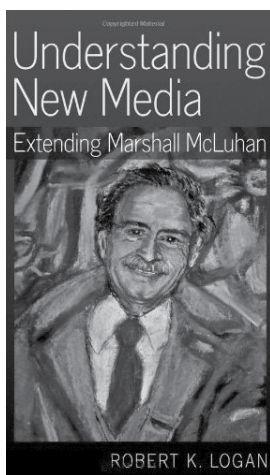
Eric McLuhan prolonga en *Theories of Communication* a un proyecto iniciado por su padre Marshall, en la década de los 70, con aspiraciones erudito—comparativas. Es, una vez organizados los textos, una colección de planteamientos mediáticos nacidos de las ideas de un amplio rango de intelectuales, entre los que se encuentran Santo Tomás de Aquino, Francis Bacon, Wyndham Lewis o Erza Pound; y concluidos por la taxonomía edificada por Marshall McLuhan. La mayoría de los ensayos habían visto la luz a lo largo de la vida del pensador canadiense, pero su compilación se erige como una novedosa radiografía de la metafísica de la comunicación. Supone, en definitiva, una arriesgada y atractiva propuesta de valor incalculable para especialistas y neófitos en las tesis del teórico que una vez sentenció que la comunicación implicaba cambio, y que si no había efectos o surgían



cambios en ese proceso; no había, tampoco, comunicación.

MCLUHAN, MARSHALL (A) Y MCLUHAN, ERIC, Y SZKLAREK, JACEK (EDS), *The Medium and the Light: Reflections on Religion*, Wipf & Stock Publishers, Oregón, 2010. ISBN: 978—0773760318.

La conversión al catolicismo llevó a McLuhan a reflexionar sobre la naturaleza de Dios y la historia de la Iglesia. Y también a la religión aplicó sus explorativas *probes*: al fenómeno de la conversión, al entendimiento de los medios de comunicación desde la Iglesia, o a la relación entre devoción y juventud. McLuhan plasmó sus cuitas espirituales en breves textos que, a finales de la década de 1990, su hijo Eric y el padre Jacek Szklarek compilarían en un libro que fue publicado con el título *The Medium and the Light: Reflections on Religion*. Suponía el *background* de su despertar religioso. Admitió que nunca fue capaz de entender la idea de la



religión, pero que en ella descubrió profundos sentimientos, los cuales nunca tuvieron que ver



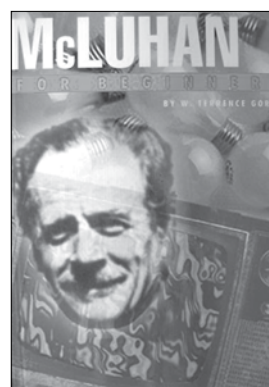
con grandes liturgias, ni con el acercamiento a Dios como concepto, sino como el desenlace del proceso cognitivo en sí mismo. La fe, en definitiva, fue otro modo de percepción.

MCLUHAN, MARSHALL (A) Y PIGLIACAMPO, M. (ED), *Aforismi e profezie*, Armando Editore, Roma, 2011. ISBN: 9788860819277.

Marco Pigliacampo, director de ABICS, lleva a cabo en *Aforismi e profezie* una encomiable tarea de selección y clasificación de más de 800 *dicti* de Marshall McLuhan, relativos al folclore industrial; el círculo de la lengua; medios y mensajes; y la aldea global; entre ellos “El dinero es la tarjeta de crédito de los pobres”, “Somos los habitantes primitivos de una nueva cultura global” y “Aquellos que aún consideran neutrales a los medios tecnológicos no hacen sino expresar el narcisismo de los que ya están hipnotizados y han sido llevados a una nueva forma de arte”. Las sentencias y augurios del erudito se presentan complementadas por anexos, uno por sección, en los que se explica el origen de cada cita, y, ya en las páginas finales, por una bio—bibliografía del autor canadiense. El epílogo lleva la rúbrica de Derrick de Kerckhove, especialista en el teórico canadiense, quien cierra la obra asegurando que McLuhan era más de nuestro tiempo, que del suyo.

LOGAN, ROBERT K., *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, Peter Lang Pub, Nueva York, 2010. ISBN: 9 978—1433111266.

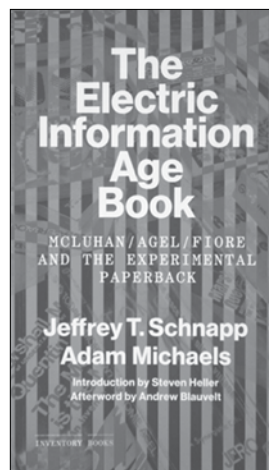
Entre las numerosas predicciones planteadas por Marshall McLuhan en *Understanding Media: Extensions of Man* (1964), se encontraba la de que internet se convertiría en una “aldea global”. Robert K. Logan, profesor emérito de la Universidad de Toronto, recoge en *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan* aquella eliminación de las barreras comunicacionales, planteada por McLuhan, para ilustrar

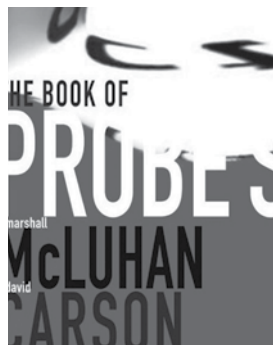


la interconexión creciente entre consumidores y usuarios (en el sentido del *prosumer* definitorio de la Web 2.0) y la difusión de las fronteras nacionales. 389 páginas: 51 capítulos y un anexo; donde Logan despliega un concienzudo análisis tecnológico, mediático, sociocultural, económico, cognitivo e, incluso, metodológico.

GORDON, TERRENCE, *McLuhan For Beginners*, HarperCollins Publishers, Nueva York, 2012. ISBN: 978—193438975.

Terrence Gordon, autor de la biografía *Marshall McLuhan: Escape into Understanding*, vuelve sobre la figura del crítico canadiense en *McLuhan For Beginners*, una obra concebida para concienciar a los neófitos en el trato con las teorías de la comunicación de los efectos de las mediaciones, especialmente aquellas relacionadas con las nuevas tecnologías: “Warned us about this televised, computerized, famous—for—15—minutes world where we live in each other’s faces, and become so alike, so isolated, so anonymous that violence becomes a scream of identity”. La obra, 160 páginas con apariencia de cómic, está ilustrada por Susan Willmarth.



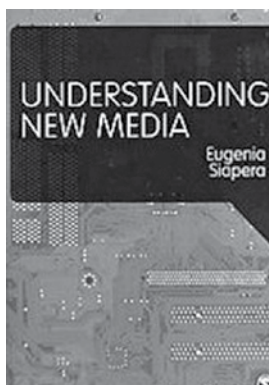


MICHAELS, ADAM Y SCHNAPP, JEFFREY T., *The Electric Information Age Book: McLuhan / Agel / Fiore and the Experimental Paperback*, Princeton Architectural Press, Nueva Jersey, 2012. ISBN: 978—1616890346.

Adam Michaels (diseñador y editor de Inventory Books) y Jeffrey Schnapp (Universidad de Stanford) exploran en *The Electronic Information Age Book* la producción académico—literaria de los ‘gurús’ que dominaron el mercado de la comunicación y los medios en los años 60 y 70, iniciada ya, y con gran peso en la sociedad, la era electrónica de la que hablara Marshall McLuhan, uno de los pensadores objeto de estudio, junto a Jerome Agel, Buckminster Fuller, Herman Kahn, Carl Sagan o el diseñador gráfico Quentin Fiore, responsable de que en los títulos en los que participó la ilustración fuera tan importante como el contenido, gracias a uso del collage visual, gran variedad de técnicas ‘radicales’ y otros juegos tipográficos. Más allá del contenido, el libro es, como han reconocido algunos críticos, una sutil paradoja del futuro de la ‘edad escrita’ y del camino hacia el futuro a través del pasado.

CARSON, DAVID (A), MCLUHAN, ERIC Y KUHN, WILLIAM (EDS), *The Book of Probes*, Gingko Press, Berkeley, 2011. ISBN: 978—1584232520.

Publicado por primera vez en 2003, *The Book of Probes* inició a finales de 2011 su andadura como libro digital, y la experiencia visual para nada desmerece los elogios que, por su impacto visual, aquella cubierta se ganó en la década pasada. Editado por Eric McLuhan y William Kuhns, la obra es un experimento que combina las ideas de Marshall McLuhan con impresionantes imágenes de David Carson, profesor de sociología y uno de los diseñadores gráficos más influyentes de la actualidad (*The End of Print*, es un testigo acreditado). El libro se estructura en dos partes sabiamente diferenciadas. Al principio, un complejo y divertido juego mental y



visual. Al final, gran trabajo de los editores, un sofisticado viaje por el pensamiento del visionario canadiense, en el que el lector descubre los entresijos de la era electrónica y la ecología mediática.

SIAPERA, EUGENIA, *Understanding New Media*, Sage Publications, Londres, 2012. ISBN: 978—1848607798.

Eugenia Siapera (docente e investigadora en la Universidad de Leicester) ofrece en *Understanding New Media* una clarificadora inmersión en el análisis de las formas contemporáneas de mediación, explicando las dinámicas de los nuevos medios de comunicación y su influencia en las esferas social, política y cultural. Evitando trampas habituales en este campo de investigación (hipérbolo, ofuscación, parcialidad o falta de trabajo empírico), pretende que el lector se interese por el conocimiento de las teorías de la comunicación, navegando por el pasado, presente y futuro de las estructuras electrónicas e hiperconectadas de las nuevas formas de comunicación. Siguiendo fines pedagógicos,



La profesora Siapera sitúa al estudiante en el



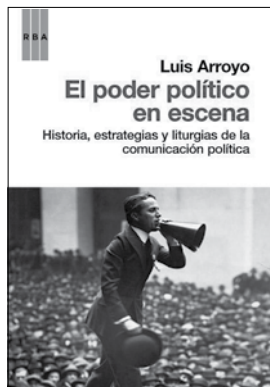
núcleo de atención principal, ayudándole a comprender los conceptos guía del entramado mediático edificado en internet.

GUARINO, MARIO, *Mercanti di parole. Storia e nomi del giornalismo asservito al potere*, Edizioni Dedalo, Bari, 2012. ISBN: 978—8822063205.

La denominada por el escritor Roberto Saviano como “máquina del fango” es descrita magistralmente por Mario Guarino en esta publicación en la que se explican las dinámicas perversas de los periodistas al servicio de diversos poderes: aquellos financiados por el Estado e, incluso, editores que usan su espacio en los medios para conseguir sus propios fines. El libro realiza una travesía por el periodismo desde el periodo fascista hasta la actualidad, centrándose en los momentos clave de su historia: el dominio de los medios escritos o la impronta del berlusconismo en los medios audiovisuales, por citar algunos ejemplos. El autor, quién ha trabajado para periódicos como *Avvenimenti—Left*, *L'Europeo* o *Il Mondo*, profundiza en la idea de que gran parte del llamado cuarto poder manipula a la opinión pública y desestabiliza la situación social del país, funcionando como una marioneta de los poderes políticos y los financieros.

MAJDOUBI, EL HOUSSINE, *Revolución por la dignidad digital en el mundo árabe. De la indignación al renacimiento*, Icaria Antrazyt, Barcelona, 2012. ISBN: 978—8498884333.

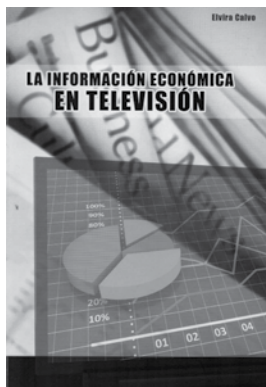
Las revoluciones del mundo árabe han creado un nuevo paradigma que ha modificado el mapa político de países como Túnez, Egipto, Siria o Marruecos. El Houssine Majdoubi presenta un análisis de las claves del levantamiento de estos pueblos centrándose en la ventana de oportunidad para la instauración de sistemas democráticos en dichos países. Precisamente, la consecución del renacimiento a través de la democracia. Por otra parte, el futuro de



estas naciones es examinado de manera pormenorizada por el periodista marroquí en esta publicación, en la que pretende vislumbrar la importancia de estos movimientos sociopolíticos, tanto en el presente, como en el futuro. El autor de *Revolución por la dignidad en el mundo digital en el mundo árabe. De la indignación al renacimiento* se adentra en los principios básicos de las actuales revueltas árabes a través de 17 capítulos, en los que analiza cada uno de los levantamientos acaecidos, para posteriormente observar su alcance cultural, político y geoestratégico, así como sus futuras consecuencias sobre las relaciones internacionales.

ARROYO, LUIS, *El poder político en escena. Historia, estrategia y liturgias de la comunicación política*, RBA, España, 2012.  
ISBN: 978—8490062487.

Luis Arroyo presenta un manual actual y multidisciplinar sobre comunicación política en el que combina los conocimientos adquiridos en su dilatada trayectoria profesional con una prosa ágil que engancha al lector como una novela. Partiendo de didácticas metáforas sobre el comportamiento animal o de las raíces históricas de prácticas políticas contemporáneas, el autor persigue que el lector entienda cómo los asesores gestionan la imagen pública de los políticos y construyen una estrategia comunicativa adecuada. Estudia las diferentes dimensiones en la que un experto de comunicación debe centrar su actividad profesional para diseñar el discurso de los políticos en su relación con los periodistas, que con su trabajo inciden directamente en la reputación social de que gozan aquellos. Así, afirma que unos y otros han aprendido a construir su actividad comunicativa para esta interacción que busca, por parte de los periodistas, "imágenes, errores y ataques"; y, por parte de los políticos trasladar eslóganes o ideas complejas que convengan y modifiquen la manera de percibir el mundo de los ciudadanos. El manual, además, reflexiona sobre las nuevas formas de



hacer política y de ciberactivismo través de las redes sociales, con una buena dosis de crítica sobre el verdadero alcance de ambos. Ofrece, además, un análisis de las estrategias comunicativas seguidas por políticos como Michelle Bachelet, George W. Bush, Lula da Silva, Tony Blair o Hillary y Bill Clinton. En conclusión, se trata de una monografía que razonada y deductivamente aborda el trabajo de los expertos para influir en las corrientes de opinión a través de una compleja estrategia comunicativa: "el liderazgo es ahora especialmente contextual y la comunicación política exige un trabajo ingente de mantenimiento de una reputación muy cambiante y de salvaguarda del relato en condiciones muy competitivas. Sobreviven así quienes dan con la narrativa oportuna, quienes resultan creíbles al contarla y quienes la representan sin descanso".

CALVO, ELVIRA, *La información económica en televisión*. Madrid, Autored, 2011.  
ISBN: 978—8461532506.

La obra analiza los dos modelos globales de periodismo económico que se han extendido internacionalmente, los grupos Dow Jones y Pearson, y su evolución hasta el siglo XXI en forma de publicaciones, programas especializados y sitios web, así como los retos a los que se enfrenta el sector por la llegada de las nuevas tecnologías y, más cercano aún, la actual crisis mundial. En ese contexto, la autora se centra en el medio televisión y recoge los modelos empresariales de la CNBC, Bloomberg y Fox Business y su proyección en el sector audiovisual español. La información económica constituye posiblemente la plasmación más clara de la continua tendencia hacia la especialización que ha venido desarrollando el periodismo en España y que tuvo su punto álgido durante los años 90, cuando convivieron varios diarios económicos, proliferaron los semanarios financieros y nacieron los primeros medios audiovisuales dedicados en exclusiva a la materia.

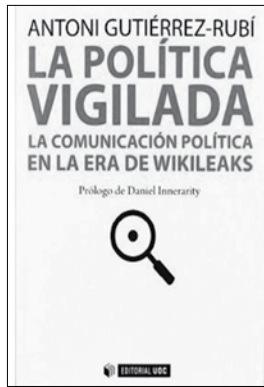


BUSTAMANTE, ENRIQUE (COORD.), *Hacia Un Nuevo Sistema Mundial De Comunicación*, Gedisa Editorial, Barcelona, 2012.  
ISBN: 9788474329667.

Las transformaciones producidas por las nuevas tecnologías y las redes sociales en la comunicación y las industrias culturales son las principales preocupaciones del equipo de diez expertos que han escrito este libro. Por otra parte, los investigadores han elaborado un mapa de las principales tendencias y escenarios que se están configurando en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica. En este sentido, este trabajo coordinado por Enrique Bustamante analiza la construcción de un nuevo sistema mundial de la comunicación y la cultura desde la reformulación de políticas públicas coherentes. La publicación ahonda en lo apuntado en el volumen *España Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España* (Gedisa, 2002) desde una perspectiva internacional.

GUTIÉRREZ RUBÍ, ANTONI, *La política vigilada: La comunicación política en la era de Wikileaks*, Editorial Uoc, Barcelona, 2012.  
ISBN: 9788497884532.

El colaborador de distintos periódicos de referencia como *El País* explora en el concepto de política vigilada, analizando su trayectoria así como cada uno de los actores que participan de la misma. Los seis capítulos que componen la publicación profundizan en la idea de que la política democrática está cada vez más vigilada por los ciudadanos y se enfrenta a nuevos problemas derivados del escepticismo de la ciudadanía, su sobreinformación, etc. Gutiérrez Rubí identifica en *La política vigilada: La comunicación política en la era de Wikileaks* los déficits democráticos del sistema actual de partidos políticos y plantea la necesidad del rescate político para la salvaguarda del sistema. Desde el 15M hasta las llamadas primaveras árabes, pasando por la censura en China, el experto



en comunicación analiza las nuevas tendencias tanto de la propaganda política como de la participación ciudadana.

GUGINO, Antonella, *Política 2.0: La utilización de la web 2.0 como instrumento de comunicación política en la campaña presidencial 2008 de Barack Obama*, Editorial Académica Española, España, 2011. ISBN: 9783846560693.

Con la aparición del fenómeno Web 2.0 se está



produciendo un cambio en la red y en sus canales de comunicación que no han pasado desapercibidos para el mundo de la política. La obra de Antonella Gugino *Política 2.0: La utilización de la web 2.0 como instrumento de comunicación política en la campaña presidencial 2008 de Barack Obama* explica la incorporación de estas nuevas herramientas en las elecciones a la Presidencia de Estados Unidos. En especial, la aplicación de la Comunicación 2.0 en las campañas electorales tuvo un antes y un después tras 2008, cuando el candidato demócrata estadounidense apostó activamente por estas estrategias como parte del marketing político



de su partido. Por ello, la autora propone un análisis inédito basado en la figura de Obama como promotor de estos instrumentos.

QUESADA, MONTSE, *Curso de periodismo especializado*, Editorial Síntesis, Madrid, 2012. ISBN: 9788497568074.

La catedrática de Periodismo especializado en la Universidad Pompeu Fabra Montse Quesada expone los fundamentos teóricos en los que se apoya la Información Periodística Especializada, con el fin de realizar una publicación didáctica para ayudar a todos aquellos que se quieran acercar al mundo del periodismo especializado. Los ejemplos, así como el recorrido conceptual y metodológico ayudan al lector a conocer la importancia de las fuentes informativas, además de las características propias de este tipo de periodismo. La autora plantea propuestas didácticas al final de cada capítulo que ayudan a asentar los principales conceptos del mismo, lo cual puede ser de utilidad tanto para profesores como para estudiantes.

GARCÍA TORRES, ELVIRA, *Cartografía del periodismo participativo: Estudio de las Herramientas de participación en la prensa digital de Argentina, Colombia, España, Estados Unidos, Israel, México, Perú, Portugal y Venezuela*, Tirant Humanidades, Valencia, 2012. ISBN: 9788415442189.

El libro *Cartografía del periodismo participativo* se enmarca dentro del estudio realizado por expertos de varias universidades y centros de investigación sobre las herramientas de participación en prensa digital de varios países. En este caso, la publicación explica nueve historias entre las que destacan Estados Unidos, Argentina, Colombia y España. La investigación dirigida por Elvira García Torres aporta resultados interesantes sobre la versión digital de los diarios objeto de estudio, analizando las herramientas participativas que ofrecen al usuario, observando el grado de visibilidad que se otorga



los contenidos elaborados por los lectores y su control por el diario. En conclusión, una publicación que, a través de once capítulos, presenta los resultados de una investigación realizada en inglés, español y portugués sobre las formas de participación en los medios digitales de nueve Estados.

THIE EN, ELLEN, *Marshall McLuhan: Das Medium Ist Die Botschaft: Diskussion einer grundlegenden These der Medientheorie im 20. Jahrhundert*, Grin Verlag, Alemania, 2009. ISBN: 9783640439133.

En apenas 24 páginas Ellen Thie En aborda la compleja misión de responder cuestiones esenciales de la obra de McLuhan, entre las que figuran la polémica división entre medios fríos y calientes, el papel secundario del contenido en comparación con el medio—extensión del ser humano, o el nivel de influencia de los sistemas comunicacionales de masas en la configuración de los entramados social y cultural. El trabajo de Thie En presta una atención destacada a *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) y a su capítulo más trascendente, aquel que comienza con el aforismo “el medio es el mensaje”, para muchos la síntesis de la concepción que el pensador canadiense construyó sobre los medios y su rol en la sociedad moderna.

