



Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

ISSN: 1809-5844

ISSN: 1980-3508

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

Guerra, Yamile Haber

Quién dice qué a quién. Necesidad de una nueva teoría de la comunicación

Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação,  
vol. 40, núm. 2, 2017, Mayo-Agosto, pp. 187-199

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442017211>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69869355011>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Quién dice qué a quién. Necesidad de una nueva teoría de la comunicación

*Who says what to whom. Need for a new communication theory*

*Quem disse o quê a quem. Necessidade de uma nova teoria da comunicação*

DOI: 10.1590/1809-58442017211

**Yamile Haber Guerra**

(Universidad de Oriente, Facultad de Humanidades, Departamento de Periodismo. Santiago de Cuba, Cuba)

## Resumen

El texto sistematiza los hitos en los estudios sobre la comunicación social y la información periodística en los últimos 25 años, durante el desplazamiento de la transmisión (analógica) de datos, hacia la producción (digital) de contenidos transmedia. Devela fisuras epistemológicas en un contexto en el que la comunicación es a la vez privada y pública, extendida y almacenable, y donde tiene lugar un trastorno de los esquemas habituales de medición, representación y control cultural, y una connivencia de viejas y nuevas hegemonías. El hipertexto contrasta con la massmediación, necesaria pero no suficiente para entender que cualquiera con acceso a las herramientas tecnológicas de producción, reproducción y distribución de información, informe, comunique. Explorar y describir para clasificar. Raramente para teorizar, definir, modelar, argumentar. ¿Desde dónde? ¿Hasta cuándo? ¿Es posible desarrollar teorías unificadoras de la información y la comunicación independientemente de los canales o soportes y, más, legitimarlas? Para una nueva teoría de la comunicación, se propone: recontextualizar las contribuciones a la teoría y al método de la información y la comunicación; sintetizar principios universales y enfoques antropológicos; demarcar una teoría de las causas de la comunicación como proceso social mediante categoremata y géneros heterológicos y discursivos; y definir los megaconceptos actuales de las Ciencias Sociales y Humanidades sobre los que una teoría social de los medios podría erigirse.

**Palabras clave:** Teoría de la comunicación. Epistemología de la comunicación. Lenguajes. Medios. Periodismo.

## Abstract

This paper systematizes the milestones in the studies on social communication and journalistic information of the past twenty-five years, during the transfer of (analogical) data transmission to (digital) production of transmedia contents. It reveals epistemological gaps in a context where communication is both private and public, widespread and storable, where a disruption of the usual schemes of measurement, representation and cultural control occur with a connivance of old and new hegemonies. The hypertext contrasts with the mass-mediation, necessary but not enough to understand that anyone with access to the technological production, reproduction and distribution

tools is able to provide information, report and communicate. Exploring and describing is used to classify, hardly ever to theorize, define, model and argue. From where? Until when? Is it possible to develop unifying theories of information and communication regardless of the channels or means and, furthermore, legitimize them? The proposal for a new theory of communication is thus: to re-contextualize the contributions to the theory and the information and communication method; to synthesize universal principles and anthropological approaches; to delineate a theory of the causes of communication as a social process by means of categories and heterological and discursive genres; and to define the current mega-concepts of Social and Humanistic Sciences over which a social media theory could be constructed.

**Keywords:** Communication Theory. Communication epistemology. Languages. Media. Journalism.

## Resumo

O texto sistematiza marcos em estudos sobre a comunicação social e a informação jornalística nos últimos 25 anos, durante o deslocamento da transmissão (analogica) de dados para a produção (digital) de conteúdos transmidiáticos. O artigo traz à tona lacunas epistemológicas em um contexto em que a comunicação é privada e pública, difusa e armazenável, em que se alteram os esquemas tradicionais de medição, representação e controle social, com a convivência de novas e antigas hegemonias. O hipertexto contrasta com a mediação de massa, que é necessária, mas não o suficiente para compreender que qualquer um com acesso aos meios tecnológicos de produção, reprodução e distribuição da informação pode informar, comunicar. Explorar e descrever para classificar, raramente para teorizar, definir, fazer modelos, argumentar. A partir de onde? Até quando? É possível desenvolver teorias unificadoras da informação e comunicação, independentemente dos canais ou meios de comunicação e, mais, legitimá-las? Para uma nova teoria da comunicação, o texto propõe re-contextualizar as contribuições à teoria e ao método da informação e comunicação; sintetizar princípios universais e abordagens antropológicas; demarcar uma teoria das causas da comunicação como um processo social através de categorias e gêneros heterológicos e do discurso; e definir os mega-conceitos das Ciências Humanas e Sociais, sobre os quais uma nova teoria social da mídia poderia ser construída.

**Palavras chave:** Teoria da comunicação. Epistemologia da comunicação. Linguagens. Mídia. Jornalismo.

*Sin teoría no hay posibilidad de evolución de las prácticas (...)*

Armand Mattelart, 2015

## De las teorías críticas a la manipulación de las teorías. Reemergencias

Entre dialogismos y autologías; entre pretensiones universalistas y relativismo; entre anorexia teórica, reticencia y fetichización del dato empírico; entre fundamentalismos, fragmentación y pseudo-interdisciplinarietà; entre enfoques absolutizadores o totalizantes y narrativas singularizadoras; entre posturas corporativistas y prácticas asistencialistas, extensionistas, verticalistas, simplificadoras y actitudes de subjuntivo, se han movido los estudios sobre la comunicación social y la información periodística en los últimos 25 años (MARTÍN-BARBERO, 1999).

Precisamente cuando hay un desplazamiento desde la transmisión (analógica) de información, hacia la producción (digital) de contenidos transmedia en un contexto en el que la comunicación es a la vez privada y pública, extendida y almacenable, y cuando hay un trastorno de los esquemas habituales de medición, representación y control cultural, distintivo de la connivencia de viejas y nuevas hegemonías, se produce un reforzamiento del culto a la cantidad y a la simultaneidad abstracta: la pornografía de la información y la comunicación que para Baudrillard (1994, p.19) “ya no es la obscenidad de lo oculto, reprimido, oscuro, sino la de lo visible, de lo más visible que lo visible, la obscenidad de lo que ya no tiene secreto”.

El hipertexto – estructura informativa que organiza los contenidos en forma de red a partir de nodos, enlaces y mapas de navegación, marcando el siglo XXI como la era de la comunicación hipertextual –, contrasta con la massmediación, necesaria pero no suficiente para entender que cualquiera con acceso a las herramientas tecnológicas de producción, reproducción y distribución de información, pueda, incluso sin pasar por escuela alguna, informar, comunicar. Eso genera, además, la desconfianza ontológica de nuestros profesionales.

El fin de la bidireccionalidad y la hermenéutica analógica ha tenido un correlato prescriptivo-normativo: explorar, diagnosticar y describir para clasificar<sup>1</sup>, una gran riqueza de términos demasiado espesos para designar aspectos de saberes cuyos horizontes epistemológicos, a veces todavía embrionarios, se desdibujan continuamente ante el arrollador avance de las tecnologías y de la sociedad misma.

Raramente para definir, modelar, argumentar, teorizar. ¿Desde dónde? ¿Hasta cuándo? ¿Es posible desarrollar teorías unificadoras de la comunicación independientemente de los canales o soportes, y más, legitimarlas desde la academia y la praxis?

Los albores de lo que se definió como metadiscurso y concomitancias (HABER GUERRA, 2007), se remontan posiblemente 115 años atrás cuando Max Weber sugirió una Sociología del Periodismo, para ahondar en las que ya se avizoraba ilimitadas funciones de la prensa, y que permitiera estudiar el contenido de los periódicos.

Fue el también sociólogo Paul Lazarsfeld, uno de sus padres fundadores, quien reconoció la Teoría General de la Información (TGI), en 1944, como la disciplina de la investigación sobre comunicación.

Aquellas disciplinas reconocidas por Foucault (1980) como ilustradas y encargadas de algún área del saber humano: Medicina, Psicología, Derecho, no eran ni la Información ni la Comunicación. Prueba del, desde entonces, fallido intento de Neurath (1973) por crear una *jerga universal y una ciencia unificada*.

1 Un botón de prueba. Periodismo *online*; Periodismo electrónico; Periodismo digital; Periodismo multimedia; Periodismo cibernético; Ciberperiodismo; Comunicación en las sociedades tecno integradas con tecnologías inalámbricas; Periodismo en la era de los *blogs* y las redes sociales. (HABER GUERRA, 2005; SCOLARI, 2008; ORIHUELA, 2011; PORTO; FLORES, 2012; FACCHINETTI, 2015). Pirámide tumbada; pirámide invertida horizontal (CANAVILHAS, 2007, FRANCO, 2008).

La TGI se apropia del aun hoy socorrido y resemantizado concepto de *gatekeeper* (LOO VÁZQUEZ et al, 2016): guardabarreras, guardaesclusas, guardavallas, portero, con lo cual acuña un término atribuido a la Teoría de Campo que en Psicología Social definió Kurt Lewin, también considerado fundador de la TGI. Con Harold Lasswell, científico político y Carl Hovland, psicólogo experimental, Wilbur Schramm completa la cuarteta de los que bautiza como académicos de la TGI.

Aparece aquí una de las primeras y más notorias rupturas. Entman (1993, p.52) reemplaza *gatekeeping* por *framing*. “Enmarcar esencialmente incluye selección y saliencia. Enmarcar es seleccionar ciertos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto de comunicación, para promover una definición particular de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de cómo tratarlo”.

De 1959 es la teoría de la sociedad de masas de Kornhauser (1969, p.36-40), en la que las minorías son accesibles y las mayorías son manipulables; y su correlato, la comunicación de masas. Masas (*mass*) aludía tanto a los nuevos medios de difusión como a los posibles auditorios masivos y, en la literatura, el uso ha sido uno de los términos más borrosos. *Mass communications* devino cultismo que si bien no estuvo de moda en la década de 1930, cobró especial significación en la de los años 50 del pasado siglo en forma de *Mass Communication Research* para responder a las siguientes preguntas clásicas de Lasswell (*vid supra*): ¿quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?

Más adelante, sostiene Escarpit (1977, p.82-83) que comunicación de masas es:

Cualquier forma de comunicación, en la que las expresiones o enunciados se facilitan públicamente (por lo tanto, sin un campo de recepción limitado o personalmente definido); por medios técnicos de difusión (medios); indirecta (por lo tanto, entre los *partners* de la comunicación hay distancia espacial o temporal o espacio-temporal) y unilateralmente (por lo tanto, sin intercambio entre el que emite las expresiones y el que las recibe) a un público disperso (por lo tanto, un grupo no homogéneo, en el que se dan relaciones no siempre exactamente calculables).

Mientras, comunicación pública se refiere a: “Toda comunicación que se desenvuelve en el campo perceptivo de un tercero entre los polos de la identificación y la privación (...) *no necesita estar pensada con este tercero. No necesita dirigirse a él*” (BETH; PROSS, 1989, p.68 – Cursiva nuestra).

En ambos casos los subrayados son de esta autora para marcar otra ruptura y colegir que la comunicación hipermedia, predominante en los actuales escenarios de universalidad postmediática, no sería ni de masas ni pública.

La espiral del silencio (NOËLLE-NEUMANN, 1995), noción a medio camino, validaría clima de opinión (espacio y tiempo como el concepto de campo de Kurt Lewin), sobre opinión pública de Rousseau. Pero desde mucho antes se había reconocido que la

opinión pública (HABERMAS, 1981) no existe, sino opiniones constituidas, movilizadas, grupos de presión movilizadas en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados, disposiciones, algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión de coherencia<sup>2</sup>.

Este aserto ha cobrado inusitada fuerza desde la llamada primavera árabe, cuando las redes sociales *online* no han hecho sino encuadrar, seleccionar aspectos percibidos de la realidad y acentuarlos (PÉREZ-FUMERO et al, 2015). Además de confirmar la pujanza de los nuevos lenguajes, se refuerza la tradición periodística de la relevancia y la prominencia, y el establecimiento de agendas<sup>3</sup>.

## Campo minado o falta de consenso

Nuestros referentes intelectuales más cercanos, las Ciencias Sociales y las Humanidades, apegadas al sujeto gnoseológico, han pugnado largamente en dos direcciones aparentemente opuestas: las primeras, por el mensaje (sistema social), las segundas por el texto y el discurso (contexto). Ignorando que los mensajes se agrupan en lenguajes, el dilema es visible, sobre todo, en algunas metodologías de vieja data como Análisis de efectos y Usos y gratificaciones, que descansarían sobre las Ciencias Sociales; los Estudios Culturales en la tradición humanista; los de Recepción, en ambas, al igual que el Análisis del Discurso en sus múltiples variantes (crítico, ideológico, cultural).

En los años 70 y 80, *lector* fue un término muy usado que evoca los Estudios Culturales, pero también la Semiótica y la Hermenéutica. Cuando algunos exponentes de los Estudios Culturales y los análisis de Recepción hicieron suyo el término *placer*, ya lo había legitimado Barthes (1982) al defender el placer del texto. Se adelanta, incluso, cuando se refiere al texto del lector (BARTHES, 1980), al cibernauta *prosumidor*, que al consumir mientras se informa, produce texto, o la del productor usuario, *produser*, en inglés, pragmáticamente emparentadas, en nuevos procesos semióticos de reconfiguración identitaria y de anamorfosis como transfiguración verbal e icónica del enunciador: “son personas conversando con personas y creando vínculos con personas. Gente hablando, escuchando y respondiendo. Twitter es personal y es comunidad” (ORIHUELA, 2011, p.78).

Para superar la permeabilidad del concepto de audiencia (apropiación y empoderamiento de la información no es recepción) y la taxonomía de Maletzke (1965): intérprete, descifrador, decodificador, destino, destinatario, receptor, perceptor, público,

2 Pierre Bourdieu, en la conferencia impartida en Noroît, Arras, en enero de 1972, y publicada en *Les temps modernes* de 1973, n.318 (BOURDIEU, 2004). Ver también: Bourdieu (1984).

3 Maxwell McCombs y Donald Shaw publicaron en 1972 el artículo *The Agenda-Setting Functions of the Mass media*, en el que exponían la influencia de la agenda de los medios informativos sobre la llamada agenda pública. Según los autores de la teoría del *agenda setting*, los medios de prensa establecen sobre qué hablar. La teoría ha avanzado, obviamente, con el decursar, e insiste en que los medios no sólo deciden sobre qué hablar, sino qué y cómo pensar acerca de ciertos temas. Actualmente McCombs asesora un proyecto doctoral del Departamento de Periodismo de la Universidad de Oriente (MUÑIZ, 2015).

comunicante, consumidor, se ha reconocido (HABER GUERRA, 2010; 2014; 2015) la figura del enunciatario, esto es, el destinatario del mensaje que al propio tiempo enuncia y da sentido; de este modo, se siguen los propios postulados de Shannon y Weaver, quienes en su *Teoría Matemática de la Comunicación* (1949), ponían énfasis no solo en la parte técnica propiamente dicha, sintáctica, de la información, sino también en la cuestión semántica: el significado y la efectividad con que una información llegaría a su destino.

No soslayar que ya los teóricos clásicos de la información defendían el papel activo de las audiencias. La relación emisor-receptor debía estar presidida por una interactividad (*feedback* entonces) que garantizara la comunicación fluida en ambos sentidos. Este fue el modelo que Schramm había presentado en 1954, y la aportación que DeFleur realizara en 1966 al modelo comunicacional de Shannon y Weaver, con lo cual salvaba la excesiva unidireccionalidad y unilateralidad de la fórmula de Lasswell de 1948.

Lo que posteriormente la (una) Semiótica estudia como relaciones estructurales – sintaxis – y funcionales – semántica – entre los signos; la pragmática, como las relaciones entre el signo y la fuente: el uso, el efecto, y que ha llegado a traducirse (ABRIL; LOZANO; PEÑA-MARIN, 1984) como Semiótica y (de la) Comunicación de masas. Otra como semiosis.

Por semiosis se entiende una acción, una influencia que sea o suponga una cooperación de tres sujetos, como, por ejemplo, un signo, un objeto y su interpretante, una influencia trirrelativa que en ningún caso puede acabar en una acción entre parejas [...] La semiosis encontrará su esencia en las tres vertientes que condicionan todo valor signico: la sociedad, el individuo y el sistema del signo mismo<sup>4</sup>.

En condiciones de opulencia comunicacional e hiperinflación de la información, la resignificación (los sujetos empíricos comunicando-se) es un proceso ininterrumpido e inacabable del cual es casi imposible discernir el principio del fin: es semiosis infinita (PEIRCE, 1987; VERÓN, 1987).

El agotador debate, a veces más semántico que epistemológico, podría acortarse si se asumiera los medios (McLUHAN, 1996) como conductos, lenguajes y ambientes (LAKOFF; JOHNSON, 1980). Revisitándolos, tendríamos: como conductos, en cuanto a contenido *stricto sensu* (construcción del referente); como lenguajes, en cuanto a gramática de producción textual (construcción del sentido) –aquí cabrían las llamadas nuevas gramáticas hipermediales, fenotextos que transgreden las leyes sintácticas, morfológicas, ortográficas, de puntuación, pero que textos, al fin y al cabo, “están en lenguaje (SHLEIRMACHER, apud. PALMER, 2002), y ambiente, en cuanto escenario – aquí entrarían los análisis de la comunicación y la información en los entornos virtuales, la posibilidad de reconocimiento a un tercer entorno o recomunicalización como nuevo *habitus*, y de *Internet* como medio.

4 Peirce citado en la contracubierta y en el prólogo de *Semiosis II*.



## ***Face(book) to face(book). Neodeterminismo tecnológico y filosofía de la comunicación***

Las tecnologías, como se sabe, junto con la retórica (hasta fines del siglo XVII y principios del XVIII con Aristóteles y su concepto de persuasión), ordenaron precientíficamente el campo de la información y la comunicación. El auge de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación no han hecho más que consolidar las ideas de Smith (1980): las nuevas tecnologías son extensiones de las antiguas. Cada revolución mental producida en la era de una nueva técnica (creada por interacción de viejas y nuevas oportunidades) es una suma a la experiencia humana. Reconocía tres hitos o revoluciones: la escritura alfabética, la imprenta y el uso de ordenadores para el procesamiento de la información.

No huelga distinguir técnicas de tecnologías; las primeras anteceden a las segundas, y son tan antiguas como infinitas; ahí están, por ejemplo, el lenguaje oral y escrito. Tal ha sido el poder cultural y el valor simbólico de las segundas que han generado en nuestro ámbito posiciones desde tecnofóbicas hasta tecnofílicas – comunicación interpersonal mediada (MARTÍN-BARBERO, 1987) por tecnologías –, pasando por los teóricos de la tecnología mediática, sin términos medios.

La democracia electrónica inaugurada por el primer presidente de la televisión (Kennedy), legitimada en 1960 como el principal instrumento del discurso político, y coronada por el primer presidente 2.0 (Obama, a quien sucedieron en vertiginoso ascenso de la *tuiplo* *macy*, connotados líderes de todas las geografías y tendencias, para todo tipo de usos y discursos), y la democracia semiótica, que legitima los mensajes polisémicos (FISKE, 1987), transfieren la responsabilidad sobre los significados, la reproducción simbólica y la influencia social, a los receptores. Es, en palabras de Benito (1976): la tecnificación del diálogo social, que hasta la actualidad, no ha tenido su correspondiente antropológico. La tecnología, aun óptima, no determina la interpretación. Puede haber ambigüedad (ruido semántico) si se sitúan en diferentes perspectivas emisor y receptor; ruido pragmático si el receptor interpreta de manera diferente a lo que había previsto el emisor, o presuposiciones pragmáticas (ECO, 1986).

En cualquier caso, entropía social (PIERCE, 1962) acentuada por circunstancias que instauran la velocidad como valor en un contexto conectivo: contagios masivos (tú me sigues, yo te sigo en las redes sociales *online*; los padrones de respuesta *me gusta* en Facebook<sup>5</sup>, o la medición del impacto social mediante el impacto técnico: un acceso es igual a lectura y aceptación); encantamientos (uso de redes sociales por sectas); imágenes de villanos; manipulación percibida; trampas sociales.

5 Este párrafo explica por qué, entre otras razones, Facebook aumentó sus ganancias en más de 25% durante 2015. Disponible en: <[http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160128\\_tecnologia\\_facebook](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/160128_tecnologia_facebook)>. Acceso en: 16 ene. 2016.



Esto trae, al menos, tres efectos concatenados de marcada índole filosófica: primero, la *extensión* de los sentidos; segundo, las transformaciones que los medios ejercen sobre la percepción, y, tercero, la transformación, no ya de los modos de representación sino del propio estatuto de la realidad que construyen los medios mediante actos objetivantes<sup>6</sup>. Las percepciones siguen siendo infinitas; la comunicación sigue descansando sobre la base de palabras egocéntricas<sup>7</sup> que dependen de la percepción, y cada una de sus partes (nos) son presentes o co-presentes mediante un aspecto o perspectiva<sup>8</sup> lo que supone un cierto grado cognitivo y co-presencia del otro.

### **De una teoría de la comunicación a una teoría de los medios de comunicación. Metacomunicación, lenguajes y modos gnoseológicos combinatorios**

La explotación y discriminación de la información requieren de competencias intelectuales muy desigualmente repartidas en la sociedad y la velocidad de transmisión de datos no es directamente proporcional a las capacidades de percepción y discernimiento del ser humano, ni a las capacidades de escritura y lectura.

Re-examen no es siempre re-fundación. Detenidos en el mundo de la imprenta se ha confundido el objeto de estudio con el lugar de estudio; anclados en la política se ha llegado a extremos doxológicos y hasta económicos.

La Modernidad se erigió sobre grandes relatos legitimadores; la postmodernidad sobre la disolución de esos grandes relatos a la cuenta de los medios de comunicación, a los que se atribuye, además, haber vuelto la sociedad más caótica.

La salida para la comunicación son los juegos del lenguaje que no tienen reglas universales. Pero en los juegos de lenguaje, como prefiere considerar Wittgenstein (1988), quien maneja la caja, tras un período de entrenamiento, está capacitado para reconstruir su orden y para manipular las distintas herramientas en función de construir lenguajes sencillos que respondan a una situación pragmática específica.

Entre la aspiración de Otto Groth (1875-1965) de una ciencia periodística pura (cf. BENITO, 1976) y la defensa de Aguinaga (2001) de la dimensión científica del periodismo, una filosofía del periodismo, como el horizonte, está más lejos mientras más intentamos acercarnos. El periodismo como profesión fue reconocida por investigadores ingleses y norteamericanos a partir de la década de los años 70 del pasado siglo. La noticia ha sido una entidad difusa y el periódico una institución en busca de legitimación.

6 (HUSSERL, 1967). Precisamente uno de los escollos que enfrenta actualmente la teoría de la comunicación es la modificación de la experiencia espacio-temporal: el tiempo real hace creer que un mismo acontecimiento está sucediendo al mismo tiempo en muchos lugares; los tiempos y espacios representados en el discurso condicionan los espacios y tiempos de la recepción.

7 “Las cuatro palabras fundamentales de esta especie son -precisamente- ‘yo’, ‘esto’, ‘aquí’ y ‘ahora’”. Russell (1950, p.112) enumera otras palabras egocéntricas sin las cuales sería imposible cualquier comunicación, a saber, cerca-lejos, pasado, presente, futuro, fue, será.

8 “La percepción no es imparcial, sino que procede de un centro; nuestro mundo de percepciones es (por decirlo así) una vista en perspectiva del mundo común. Lo que es próximo en tiempo y espacio origina generalmente una memoria o una percepción más vívida que lo que es lejano” (Ibid., p.120).

La ciencia periodística pura (*vid supra*), “requiere respetar una serie de exigencias o características sin las cuales no se da la función periodística” (BENITO, 1976, p.92).

Las *exigencias* son:

Esenciales: la Actualidad, la Proximidad y la Universalidad.

Formales: la Periodicidad y la Difusión.

El Periodismo, para ser tal y ofrecer un servicio a la sociedad, no ha de ofrecer otra cosa que proporcionar al público información de aquella parte más sobresaliente de la Universalidad, que es la Actualidad, mediante la Difusión Periódica y en función de la Proximidad que se da siempre entre los acontecimientos y los hombres (BENITO, 1976, p.92).

La accesibilidad es una condición *sine qua non* de la difusión. Las brechas: tecnológica, de género, lingüísticas, limitan seriamente la accesibilidad. La tactilidad y el periodismo 3.0, desmontan tanto las exigencias esenciales como las formales. Fenómenos fácilmente mutables, permiten, con todo, mayor precisión y agilidad en la digitación de palabras – escritura – en el teclado virtual respecto al teclado físico, simulan blocs de notas y estimulan la visualización vertical, y con ella, de la lectura. No hay, pues, ni habrá a mediano plazo, ciencia periodística pura, aunque haya sobrecarga de información y redundancia del campo social.

Los axiomas metacomunicacionales de la TGI (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 1985, p.49-71) advertían que, primero que todo, no podemos no comunicar y, segundo, que cada comunicación tiene un aspecto de contenido y otro de relación, de forma que esta clasifica al primero y es, por tanto, una metacomunicación. Asimismo, que la naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias comunicativas (HABERMAS, 1989) entre los actores; que los seres humanos comunican tanto digital como analógicamente, y que todos los intercambios comunicativos son o simétricos o complementarios, dependiendo de si están basados en la igualdad o en la diferencia. Eso tampoco apunta a una ciencia comunicológica pura.

Para revertir la vulnerabilidad de la comunicación como canon, es necesario reconocer la complejidad (MORIN, 2004) como principio estructurante de todo saber comunicacional. La reflexividad o investigación de segundo grado organizaría los saberes y los supuestos cognitivos que la han sustentado, superaría la obsolescencia del objeto empírico y la parcelación y fragmentación de sus referentes epistemológicos; lograría que no fuera simplemente objeto de investigación, sino encrucijada de investigación, encrucijada semiótica de hibridaciones culturales y codeterminación.

Es necesario un sistema axiomático abierto contra el monismo ontológico: pasar de aquellos axiomas a una concepción combinatoria que articule imprevisibilidad y juegos del lenguaje; que tienda puentes teóricos de cooperación y expansión sobre guetos teóricos de

confrontación. Suscribimos, pues, esas potencialidades objetivamente subversivas de los medios electrónicos (ENZENSBERGER, 1974) en su reversibilidad y poder movilizador; que los medios electrónicos no deben su irresistible poder a ningún artificio engañoso, sino a la fuerza elemental de profundas necesidades sociales, y los posibles usos emancipatorios de la tecnología.

El ideal gnoseológico al que debe tenderse debe respetar el principio de la completitud y cubrir los ejes semántico, sintáctico y pragmático; en una noción de comunicación anclada en el concepto de red y de interfaz, debe entrecruzar más que abstraer, separar o deslindar; asumir los (nuevos) procesos productivos de la información como lugar epistemológico y metodológico, desde la transdisciplinariedad que articule los niveles de la realidad, la lógica del tercero incluido y la complejidad.

Corresponde a las universidades la formación del nuevo modelo del profesional a partir de un currículo supeditado a los nuevos escenarios en los que se desempeñará y a los nuevos modos de actuación que asumirá; un sistema sinérgico de conocimientos de honda inspiración humanista donde se integren viejas y nuevas competencias y habilidades, con un enfoque electivo (HABER GUERRA, 2013).

Para demarcar una teoría de las causas de la comunicación como proceso social, hay que usar catagoremas en vez de categorías, y géneros heterológicos y discursivos.

Para llegar a una filosofía de los medios que no sea simple trámite fenomenológico (GROYS, 2008), primero hay que sistematizar las contribuciones a la teoría y el método de la información y la comunicación desde y hacia toda la ciencia; sintetizar principios universales y enfoques antropológicos (AYÚS, 2007), y encontrar los megaconceptos actuales de las Ciencias Sociales y Humanidades sobre los que una teoría social de los medios pudiera erigirse: legitimidad, conflicto, ciudadanía, significación.

## Referencias

ABRIL, G.; LOZANO, J.; PEÑA-MARIN, C. **Análisis del Discurso**. Madrid: Cátedra, 1984.

AGUINAGA, E. de. El periodista en el umbral del siglo XXI. **Estudios sobre el mensaje periodístico**. v.7, p.157-170, 2001.

AYÚS, Ramfis. **La aventura antropológica**. Cultura, poder, economía y lenguaje. La Habana: Editorial Ciencias Sociales, 2007.

BARTHES, R. **El grado cero de la escritura**. México: Siglo XXI Editores, cuarta edición, 1980.

\_\_\_\_\_. **El placer del texto**. México: Siglo XXI, 1982.

BAUDRILLARD, J. **El otro por sí mismo**. Barcelona: Anagrama, 1994.

BENITO, A. **Teoría General de la Información**. Madrid: García Blanco, 1976.

- BETH, H.; Pross, H. **Introducción a la ciencia de la comunicación**. La Habana: Editorial Pablo, 1989.
- BOURDIEU, P. Intervenciones 1961-2001. **Ciencia Social y acción política**. Guipozkoa: Editorial Hiru Hondarribia, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Questions de sociologie**. París: Minuit, 1984, p.222-250.
- CANAVILHAS, J. **Webnoticia, Propuesta de modelo periodístico para la WWW**. Lisboa: Universidade da Beira Interior, 2007.
- ECO, U. La estructura ausente. **Introducción a la semiótica**, Barcelona: Lumen, 1986.
- ENZENSBERGER, H. M. **The Counciousness Industry**: on literature, politics and the media. New York: Seabury Press, 1974.
- ESCARPIT, R. **Teoría general de la información y la comunicación**. Barcelona: Icaria, 1977.
- ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v.43, n.4, p.51-58, 1993.
- FACCHINETTI, R. English in Social Media: a linguistic analysis of tweets. **Comunicación Social: Retos y perspectivas** (Comp.), p.807-811, 2015.
- FISKE, J. **Television culture**. London: Routledge, 1987.
- FOUCAULT, M. **Vigilar y castigar**. Madrid: S/E. (13ª edición en español), 1980.
- FRANCO, G. Cómo escribir para la web. **Centro Knight para el Periodismo en las Américas**, 2008.
- GROYS, B. Bajo sospecha. **Una fenomenología de los medios**. Madrid: Pre-textos, 2008.
- HABER GUERRA, Y. El texto periodístico en la era digital. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, v.11, p.45-52, 2005. Disponible en: <<http://goo.gl/VUDnpd>>. Acceso en: 31 ene. 2016.
- \_\_\_\_\_. Repensar el periodismo. Metadiscursio y concomitancias. **Estudios sobre el mensaje periodístico**, v.13, p.83-90, 2007. Disponible en: <<http://goo.gl/mCntf0>>. Acceso en: 31 ene. 2016.
- \_\_\_\_\_. De los medios a la mediamorfosis. ¿Qué significa noticiar? **Palabra Clave**, v.13, n.2, p.357-368, 2010. Disponible en: <<https://goo.gl/y1iq7V>>. Acceso en: 31 ene. 2016.
- \_\_\_\_\_. Tinta negra para recurrar el periodismo. Santiago de Cuba: Editorial Oriente, 2013.
- \_\_\_\_\_. ¿Tecnofilia, alternidad o pensamiento ácrata? Metamediación y periodismo complejo. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**. v.1, n.2, p.3-21, 2014. Disponible en: <https://goo.gl/xc2smA>. Acceso en: 31 enero 2016.

\_\_\_\_\_. Política, tecnología y lenguaje: el periodismo, territorio de frontera. In: XXI CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PERIODÍSTICA (SEP). Universidad de San Jorge, Zaragoza, p.152-169, 19-20 jun. 2015. **Anais...** Disponible en: <<http://goo.gl/B1zvnm>>. Acceso en: 16 dec. 2015.

HABERMAS, J. **Historia y crítica de la opinión pública**. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: G. Gili, 1981.

\_\_\_\_\_. **Teoría de la acción comunicativa**: complementos y estudios previos. Madrid: Cátedra, 1989.

HUSSERL, E. **Investigaciones lógicas**. 2 Tomos. Madrid: Selecta Revista de Occidente, 1967.

KORNHAUSER, A. **Aspectos políticos de la sociedad de masas**. Buenos Aires: Amorrortu., 1969.

LAKOFF G; JOHNSON, M. Metaphors we live by. **Metáforas de la vida cotidiana**. Madrid: Cátedra, 1980.

LOO VÁZQUEZ, J.R. et al Gatekeeper al *Content Curator*: cambiar algo para que no cambie nada. **Razón y Palabra**, Ecuador, v.20, n.92, p.1-23, 2016.

MCLUHAN, M. **Comprender los medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 1996.

MALETZKE, G. **Sicología de la Comunicación Colectiva**. CIESPAL: Quito, 1965.

MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. Comunicación, cultura, hegemonía. México: Gustavo Gili, 1987.

\_\_\_\_\_. **Comunicación de fin de siglo**. ¿Para dónde va nuestra investigación? 1999. Disponible en: <<http://goo.gl/opZ9zT>>. Acceso en: 7 maio 2003.

MORIN, E. La epistemología de la complejidad, [en línea]. **Gaceta de antropología** n.20, 2004. Disponible en: <<http://goo.gl/xbndHX>>. Acceso en: 8 ene. 2007.

MUÑIZ, V. Caracterización de las agendas mediática y pública en las provincias cubanas entre 2011 y 2014: el caso de Santiago de Cuba. **Signo y pensamiento**, v.34, n.67, p. 76-92, 2015. Disponible en: <<http://goo.gl/OfSgSV>>. Acceso en: 31 ene. 2016.

NEURATH, O. **Fundamentos de las ciencias sociales**. Madrid: Taller de Ediciones J. B., 1973.

NOËLLE-NEUMANN, E. La espiral del silencio. **Opinión pública**: nuestra piel social. Barcelona: Paidós, 1995.

ORIHUELA, J. L. **Mundo Twitter**. Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red, Barcelona: Alianza Editorial, 2011.

PALMER, R. E. **¿Qué es la Hermenéutica?** Teoría de la interpretación en Schleiermacher, Dilthey, Heidegger y Gadamer. Madrid: Arco/Libro, 2002.

PEIRCE, C. S. **Obra lógico-semiótica**. España: Editorial Taurus, 1987.

PÉREZ-FUMERO, E. et al. Los cinco: ¿agentes, espías o héroes? Hacia un análisis crítico del discurso de #5DaysForTheFive. **Palabra Clave**, Ecuador, v.3, n.18, p.859-888, 2015. Acceso en: 15 mar. 2016.

PIERCE, J. R. Símbolos, señales y ruidos. **Naturaleza y proceso de la comunicación**. Madrid: Revista de Occidente, 1962.

PORTO, D.; Flores, J. **Periodismo Transmedia**. Madrid: Editorial Fragua, 2012.

RONCALLO DOW, S. Sin teoría no hay posibilidad de evolución de las prácticas. Diálogo con Armand Mattelart. **Palabra Clave**, v. 18, n.3, p.641-649, septiembre 2015. Disponible en: <https://goo.gl/XHU6Kz>. Acceso en: 15 mar. 2016.

RUSSELL, B. **El conocimiento humano**. Su alcance y sus limitaciones. Madrid: Revista de Occidente, 1950.

SEMIOSIS. **Revista de Investigación Lingüístico Literarias**, Universidad Veracruzana, primera etapa, no. II.

SHANNON, C.; WEAVER, W. **Teoría Matemática de la Comunicación**. Madrid: Forja, 1949.

SCOLARI, C. **Hipermediaciones**. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

SMITH, A. **Goodbye Gutenberg**. The newspaper revolution of de 1980's. Londres: Oxford, 1980.

VERÓN, E. **La semiosis social**. Buenos Aires: Gedisa, 1987.

WATZLAWICK, P.; Beavin, J.; JACKSON, D. **Teoría de la Comunicación Humana**. Barcelona: Herder, 1985.

WITTGENSTEIN, L. **Investigaciones Filosóficas**. Barcelona: Grijalbo, 1988.

### **Yamile Haber Guerra**

Doctora en Ciencias Filológicas, Universidad de Oriente, 2004. Profesora Titular. Jefa de Departamento de Periodismo. Facultad de Humanidades. Universidad de Oriente. Miembro del Tribunal Nacional Permanente de Información y Comunicación (Comisión Nacional de Grados Científicos, Cuba). Miembro del Claustro del Programa Doctoral en Ciencias de la Comunicación, Universidad de La Habana. Miembro del Consejo de Redacción de la Revista Estudios Sobre el Mensaje Periodístico (Universidad Complutense), del Consejo Editorial de la Revista Pauta Geral (Universidad Estadual de Ponta Grossa), y del Consejo Científico de la Revista Brasileira da História de Midia (RBHM). Árbitro de la revista Palabra Clave (Universidad de La Sabana) y de la revista Enunciación (Universidad Distrital Francisco José de Caldas). Ha publicado recientemente: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=950828>. E-mail: [yhaber@uo.edu.cu](mailto:yhaber@uo.edu.cu), [yhaber@enet.cu](mailto:yhaber@enet.cu).

Recibido en: 16.12.2016

Aceptado en: 09.04.2017