

SERIE ENSAYOS

REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS Y DISCIPLINARES EN COMUNICACIÓN

CESAR ANDRAUS QUINTERO
-COMPILADOR -



PUBLIS
EDITORIAL

PÁGINA EN BLANCO

REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS Y DISCIPLINARES EN COMUNICACIÓN

PÁGINA EN BLANCO

REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS Y DISCIPLINARES EN COMUNICACIÓN

CESAR ANDRAUS QUINTERO
- COMPILADOR -

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17650808>

PUBLIS
EDITORIAL

2025

© Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación
© Cesar Andraus Quintero (Compilador)

Primera edición
Publisciencia S.A.S
Número de páginas: 121
Tamaño: 15 cm x 21 cm
ISBN: 978-9942-7377-3-1

Compilador: Cesar Andraus Quintero
Autores: Danghelly Giovanna Zúñiga-Reyes, Jisele Guachetá Campo, Rina Sosa, Gustavo Isch y Cesar Andraus Quintero.

Datos editoriales
Publis Editorial
s/n Calle Absalon Toala Barcia e/ Av. Pablo Zamora y Calle Ramón Edulfo Cedeño
Apartado postal: 130103 - Portoviejo, Ecuador
Teléfono: (+593) 983160635
www.publiseditorial.com

Equipo editorial
Diseño de portada y diagramación:
María Gabriela Miranda Mera

Corrección de estilo:
Daliannis Rodríguez Céspedes

La versión original del texto publicado en este libro fue sometida a un riguroso proceso de revisión por pares, conforme a las normas editoriales de Publis Editorial.

Los contenidos, opiniones e interpretaciones expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de los autores y no reflejan necesariamente la postura de la editorial.

© 2025, Cesar Andraus Quintero. Todos los derechos reservados.

Este libro no puede ser reproducido total ni parcialmente, ni registrado en, o transmitido por, un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio –sea mecánico, electrónico, fotográfico, magnético o de otro tipo– sin el permiso previo y por escrito del titular de los derechos.

Para solicitar autorizaciones especiales, escribir a:
editor@publiseditorial.com

Las imágenes, figuras, fotografías y otros materiales incluidos en esta publicación están protegidos por derechos de autor y/o licencias específicas. Su reutilización puede requerir permisos adicionales por parte de los respectivos titulares de derechos. Es responsabilidad del usuario gestionar dichos permisos.

PÁGINA EN BLANCO

CONTENIDO

XI Prólogo

Pablo Escandón Montenegro

1 Introducción

Cesar Andraus Quintero

5 Capítulo 1

Ensayo sobre la discusión de la consolidación del campo de la Comunicación y el subcampo del periodismo.

Danghelly Giovanna Zúñiga-Reyes

29 Capítulo 2

La práctica y el pensamiento de la comunicación en Latinoamérica.

Jisele Guachetá Campo

55 Capítulo 3

De las artes liberales a la comunicación: una mirada epistemológica.

Rina Sosa

79 Capítulo 4

La Comunicación como ciencia: un itinerario de presiones epistemológicas.

Gustavo Isch

10 Capítulo 5

Marco interdisciplinario entre la comunicación y el diseño gráfico.

Cesar Andraus Quintero

X

REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS
Y DISCIPLINARES EN COMUNICACIÓN

PRÓLOGO

Reflexionar sobre la epistemología de la comunicación o de las epistemologías de lo que es el campo comunicacional no es un ejercicio intelectual ni teórico que está fuera de la realidad de la investigación y el pensamiento actuales, pues los procesos comunicacionales se fundan en la relación social y en los intercambios simbólicos, mediados o no por herramientas tecnológicas, mediadas o no por formatos y contextos sociales, políticos y económicos, con lo cual la perspectiva de la realidad comunicacional cambia.

Y vivimos momentos de cambio constante, pues la comunicación como campo de estudio no tiene una definición única, afortunadamente, ni una concepción o interpretación fija, pues las prácticas comunicativas son completamente distintas desde la profesionalización y su mirada teórica, que responden a una forma de concebir el mundo y la relación social de la comunicación.

Este volumen de ensayos es producto de una discusión acerca de cómo cada investigador ha venido mirando su mundo desde su experiencia, formación, lecturas y posturas políticas, incluso, pues al ser una expresión social, la comunicación tiene diversas facetas como ciencia, arte o práctica.

Como arte, nos encontramos con la creatividad vinculada a las funciones estéticas de transmisión en ciertas instituciones sociales, como dirían Regis Debray y Manuel Martín Serrano, pero el hecho artístico en sí ¿es comunicación? Y qué parte de ese hecho tiene que ver con procesos comunicacionales entre sistemas o actores...

¿Entonces la novela, el cine, el teatro y la pintura son objeto de estudio de la comunicación? ¿Truffaut es un comunicador o un artista del cine? ¿García Márquez es un teórico de la crónica periodística, el cuento y la novela? La relatividad en la definición científica no es posible.

Desde las prácticas profesionales acudimos a determinismos en función de un ámbito de estudio y acción de desarrollo con la realidad cambiante de cuáles son los perfiles de los nuevos comunicadores contemporáneos, pero mirar desde una visión única y totalizadora desde su perspectiva es irreal y parcializada, con lo cual la teoría y el desarrollo de la ciencia nos permite ser totalizadores.

¿La comunicación es una ciencia o como dice Silvio Waisbord, una postdisciplina transversal que afecta a todos los procesos sociales? ¿Existen teorías de la comunicación o solo una, como si estuviéramos refiriéndonos a una ciencia física o natural y no de carácter social?

La ciencia se produce desde la observación de la práctica y una práctica también puede ser creativa, entonces la comunicación es ciencia, arte y práctica con lo cual no deberíamos discutir más, pero como el mundo y sus contingencias, parafraseando a Ortega y Gasset, son volubles, cambiantes y mutables, la comunicación no es fija ni única y en ella intervienen sentimientos, emociones, datos y tecnologías...

En fin, este es un primer ejercicio desde la reflexión de cada profesional y su vínculo con las teorías, la epistemología y la investigación comunicológica. No son textos acabados, sino disquisiciones iniciales de sus vidas comunicacionales frente a la abstracción de lo que se piensa y se debate en torno a lo comunicativo, comunicacional y comunicante desde el área andina.

Diversos son los abordajes, encuentros y desencuentros que generan pensamiento, diálogo y discrepancia, pues para eso está

hecha la ciencia, la práctica y la creatividad comunicacional, pues al ser un caleidoscopio de influencias, la actividad científica de la comunicación no tiene límites, pero sí métodos para estudiarla y obtener una mirada en común que nos identifique y que no nos separe.

Debatamos, dialoguemos y discutamos, pero desde la mirada comunicacional para construir mejor la disciplina o las disciplinas y sus teorías y métodos de aplicación y explicación del mundo. Para eso están estos textos, que no es poco.

Dr. Pablo Escandón Montenegro, PhD.

*Doctor en Comunicación e Información Contemporánea
Universidad Andina Simón Bolívar (Ecuador)*

INTRODUCCIÓN

El estudio de la comunicación en América Latina se caracteriza por su vitalidad, su constante reformulación y sus tensiones entre teoría, práctica e institucionalización. A diferencia de otras disciplinas consolidadas en el marco de las ciencias sociales, la comunicación ha debido abrirse camino en medio de debates sobre su estatuto científico, su relación con otros campos del conocimiento y la necesidad de responder a las demandas tecnológicas, culturales y políticas de la contemporaneidad. En este escenario, Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación se presenta como una obra colectiva que reúne cinco ensayos que, desde diversas perspectivas, abordan la complejidad del campo y lo enriquecen con miradas críticas, situadas y propositivas.

El libro está compuesto por cinco capítulos que, sin renunciar a su especificidad, dialogan entre sí en torno a un mismo horizonte: comprender los desafíos de la comunicación como disciplina y campo de conocimiento en América Latina.

CAPÍTULO 1: ENSAYO SOBRE LA DISCUSIÓN DE LA CONSOLIDACIÓN DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN Y EL SUBCAMPO DEL PERIODISMO. (DANGHELLY GIOVANNA ZÚÑIGA-REYES)

Este primer capítulo abre la compilación con un recorrido histórico y crítico sobre el papel del periodismo en la constitución del campo comunicacional. La autora examina cómo, a lo largo del siglo XX y XXI, el periodismo ha funcionado como práctica fundacional de la comunicación, aunque sin lograr consolidarse plenamente

como un subcampo disciplinar autónomo. El texto problematiza la tensión entre teoría y práctica, y pone sobre la mesa debates actuales sobre el periodismo digital, la irrupción de la inteligencia artificial en la producción de contenidos y los dilemas éticos que atraviesan la profesión. Zúñiga-Reyes aporta una reflexión que vincula las transformaciones tecnológicas con los desafíos democráticos y culturales de la región, evidenciando la necesidad de replantear el papel del periodismo como mediador entre ciudadanía, poder y verdad.

CAPÍTULO 2: LA PRÁCTICA Y EL PENSAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA. (JISELE GUACHETÁ CAMPO)

El segundo capítulo sitúa la discusión en una clave regional. Guachetá Campo plantea que la comunicación en América Latina se ha visto marcada por la fragmentación y dispersión de su investigación, producto tanto de la influencia de paradigmas foráneos como de las tensiones internas entre teoría e instrumentalización. A partir de un recorrido crítico por la historia del campo, la autora analiza cómo las experiencias latinoamericanas han generado aportes originales, especialmente en ámbitos como la comunicación para el desarrollo, la comunicación popular y el cambio social. Al mismo tiempo, advierte que persiste una brecha entre la actividad intelectual y la profesionalización del campo, lo cual demanda nuevas formas de articulación entre enseñanza, investigación y práctica. Este capítulo constituye un aporte fundamental para comprender cómo el pensamiento comunicacional latinoamericano se forja en la tensión entre lo local y lo global, lo académico y lo práctico, lo teórico y lo político.

CAPÍTULO 3: DE LAS ARTES LIBERALES A LA COMUNICACIÓN: UNA MIRADA EPISTEMOLÓGICA. (RINA SOSA)

La tercera contribución ofrece una lectura histórica y epistemológica sobre el tránsito de las artes liberales a la comunicación. Rina

Sosa muestra cómo la tradición humanista ha dejado huellas en la configuración del campo comunicacional, influyendo en la manera en que se conciben sus objetos de estudio, sus métodos y sus fines. El capítulo propone que la comunicación, más que un desprendimiento reciente, tiene raíces profundas en los debates filosóficos y epistemológicos sobre el lenguaje, la retórica y la producción de sentido. Este abordaje invita a comprender el campo no solo como una práctica profesional vinculada a los medios, sino como un espacio de saber que se alimenta de la historia cultural y de los fundamentos de las humanidades.

CAPÍTULO 4: LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA: UN ITINERARIO DE PRESIONES EPISTEMOLÓGICAS. (GUSTAVO ISCH)

El cuarto capítulo plantea una discusión directa sobre la científicidad de la comunicación. Isch reconstruye los itinerarios teóricos y epistemológicos que han marcado los intentos de definir a la comunicación como ciencia, revisando debates centrales en torno a los paradigmas, las tradiciones investigativas y las disputas entre enfoques. El autor sostiene que la comunicación ha estado atravesada por “presiones epistemológicas” que la obligan a redefinir constantemente su objeto de estudio y sus métodos, al mismo tiempo que dialoga con otras disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades. Esta reflexión pone de relieve la importancia de pensar la comunicación como un campo interdisciplinario y abierto, más que como una ciencia cerrada y homogénea.

CAPÍTULO 5: MARCO INTERDISCIPLINARIO ENTRE LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO. (CESAR ANDRAUS QUINTERO)

La compilación se cierra con un capítulo que abre un horizonte novedoso: el vínculo entre la comunicación y el diseño gráfico. Andraus Quintero argumenta que la interdisciplinariedad es clave para comprender la dimensión visual de la comunicación contemporánea, donde la construcción de sentido se juega en gran

medida en lo gráfico, lo icónico y lo estético. El texto explora cómo el diseño gráfico no solo complementa, sino que expande el campo comunicacional al proponer nuevas formas de representación, interacción y significación. Este capítulo constituye una apuesta por la integración de saberes y prácticas, evidenciando que la comunicación, en su vocación híbrida, encuentra en el diseño un aliado estratégico para responder a los desafíos de la cultura digital y visual actual.

En conjunto, los cinco capítulos permiten trazar un mapa complejo y sugerente del campo comunicacional. Por un lado, se revisan sus raíces epistemológicas y sus tensiones en la búsqueda de científicidad; por otro, se reconoce la potencia del pensamiento latinoamericano, sus prácticas transformadoras y su necesidad de articularse con otras disciplinas. Al mismo tiempo, la compilación plantea que la comunicación no puede comprenderse únicamente como técnica, ni limitarse a un repertorio de prácticas instrumentales: es, ante todo, un espacio de construcción de sentido, de mediación social y de diálogo entre saberes.

Este libro, por lo tanto, no ofrece respuestas cerradas, sino que abre interrogantes y caminos de reflexión. Invita a estudiantes, docentes, investigadores y profesionales a participar de un debate que es tan urgente como inacabado: *¿qué es la comunicación, qué lugar ocupa en el entramado social y cómo debe proyectarse en el futuro de América Latina?*

Cesar Andraus Quintero
Compilador

CAPÍTULO 1

ENSAYO SOBRE LA DISCUSIÓN DE LA CONSOLIDACIÓN DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN Y EL SUBCAMPO DEL PERIODISMO

DANGHELLY GIOVANNA ZÚÑIGA-REYES

CITAR COMO

Zúñiga-Reyes, D. G. (2025). Ensayo sobre la discusión de la consolidación del campo de la comunicación y el subcampo del periodismo. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación* (pp. 5–28). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17642861>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17642861>

ENSAYO SOBRE LA DISCUSIÓN DE LA CONSOLIDACIÓN DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN Y EL SUBCAMPO DEL PERIODISMO

Autora

Danghelly Giovanna Zúñiga-Reyes

<https://orcid.org/0000-0001-8377-8472>

Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia

danghelly.zuniga@urosario.edu.co

- INTRODUCCIÓN -

En este ensayo se explora cómo en el recorrido de la consolidación del campo de la comunicación en América Latina en el siglo XX se vincula al periodismo como una práctica fundacional, pero su reflexión, tanto en el ámbito local como internacional, se centra en las prácticas y en los debates éticos, más que como subcampo del conocimiento o como un cuerpo consolidado de teoría.

En la academia y en la práctica periodística hay un consenso sobre la vinculación entre los espacios de formación con la industria (Deuze, 2005, p. 443). Sin embargo, subsiste la tendencia a que no se dé aún la lectura del periodismo como “disciplina y objeto de estudio [que] se basa en un cuerpo consensuado de conocimientos, una comprensión ampliamente compartida de teorías y métodos clave y una práctica internacional de enseñanza, aprendizaje e investigación del periodismo” (Deuze, 2005, p. 442).

Para esta investigación se explora el camino de la consolidación del campo de la comunicación en América Latina, se presenta el asentamiento de sus bases en las prácticas y la consolidación

académica del oficio periodístico, centrándose en la descripción de las transformaciones que se dan en el oficio por su intensa vinculación con la tecnología, la transformación de las narrativas por el uso de las plataformas y la vinculación con los *producers*, abandonando la construcción de teoría.

Se identificarán las dimensiones que se tienden a abordar en los estudios sobre periodismo aproximándose al contexto actual del periodismo que se enfrenta a una fuerte transformación por la introducción masiva que proponen las empresas periodísticas del uso de la Inteligencia Artificial (IA), tanto para la producción de información, como para su verificación.

- DESARROLLO -

CONSTITUCIÓN DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN: ENTRE LA CIENTIFICIDAD Y LA CULTURA POPULAR

Considerar a la comunicación como “ciencia” pasa por identificar las características que describe Kuhn (2004) entre los que se encuentra identificar las categorías centrales: los hechos y las teorías científicas que contienen esa área de la ciencia. Los principios que rigen la ciencia normal especifican las entidades que contiene y los que no contiene su universo de estudio. Considera ciencia normal como la “investigación basada firmemente en una o más realizaciones científicas pasadas, realizaciones que alguna comunidad científica particular reconoce, durante cierto tiempo, como fundamento para su práctica posterior” (Kuhn, 2004, p. 33), se pueden identificar las siguientes características:

1. Acepta un paradigma (Kuhn, 2004, p. 161). Se define paradigma como el conjunto de “realizaciones científicas universalmente reconocidas que, durante cierto tiempo, proporcionan modelos de problemas y soluciones a una comunidad científica” (Kuhn, 2004, p. 13). Así, la ciencia normal tendría el objetivo de “refinar,

ampliar y articular un paradigma que ya existe” (Kuhn, 2004, p. 192). Es necesario tener en el horizonte que “ningún paradigma que proporcione una base para la investigación científica resuelve completamente todos sus problemas” (Kuhn 2004, 131).

2. Reconoce anomalías y crisis del paradigma, no lo corrige (Kuhn, 2004, p. 192).
3. Es acumulativa, “debe su éxito a la habilidad de los científicos para seleccionar regularmente problemas que pueden resolverse con técnicas conceptuales e instrumentales vecinas a las ya existentes” (Kuhn, 2004, p. 155).
4. Reconoce una tradición científica relativamente estable que requiere una socialización y cuando cambia, también se requiere una nueva socialización (Kuhn, 2004, p. 177) porque “la nueva teoría implica un cambio en las reglas que regían la práctica anterior de la ciencia normal” (Kuhn, 2004, p. 28).
5. Institucionaliza la figura de investigador. Es “un solucionador de enigmas, no alguien que ponga a prueba los paradigmas” (Kuhn, 2004, p. 225) y también es alguien que genera crisis significantes (Kuhn, 2004, p. 256).
6. Establece claramente una distinción entre “la actividad científica y la comunidad que la práctica” (Kuhn, 2004, p. 250).
7. Existe una comunidad científica “un instrumento inmensamente eficiente para resolver los problemas o los enigmas que define su paradigma” (Kuhn, 2004, p. 256), es un grupo de profesionales que es competente de manera única en la materia y acepta su papel como “arbitro exclusivo en los logros profesionales” (Kuhn, 2004, p. 259), que están concentrados en virtud de investigar basados en paradigmas compartidos por los

que “están sujetos a las mismas reglas y normas para la práctica científica” (Kuhn, 2004, p. 259). También están vinculados por su preparación y la experiencia “considerados como los únicos poseedores de las reglas del juego o de alguna base equivalente para emitir juicios inequívocos” (Kuhn, 2004, p. 259), esta comunidad es gobernada por un paradigma (Kuhn, 2004).

Bajo estos lineamientos, la comunicación no es una ciencia normal. Karam (2007a) expone que el debate sobre la “cientificidad” de la comunicación plantea las limitaciones a las que se enfrenta la ciencia en el contexto contemporáneo frente a los lineamientos de la modernidad y la razón, encaminándose hacia la nueva relación entre las ciencias sociales y las humanidades, hacia el ámbito de lo “postdisciplinario”, superando las limitaciones de las “especialidades cerradas y jerarquizadas” Fuentes Navarro citado por Karam (2007a, p. 103).

Así el campo de la comunicación se aproxima más a la noción de “campo de conocimiento” en el sentido que lo expresa Bourdieu pues, tenemos una relación de interacción entre la estructura objetiva del campo social con la estructura incorporada de los *habitus* (Bourdieu, 1997). Bourdieu plantea las siguientes características del campo:

1. Se establece un campo de poder relativamente autónomo de otros campos, en el que se dan las relaciones de fuerza.
2. Existe un capital en juego que puede ser material o simbólico, que legitima su visión, en el caso de comunicación equivaldría a “elevar el objeto al rango de categoría” (Becerra, 2004, p. 53).
3. Los agentes están en permanente competencia por monopolizar y acceder a esos espacios o posiciones de legitimación aceptadas.
4. Se identifican a unos poseedores del capital escolar.

5. Se expresan unas reglas que deben seguir quienes estén en el campo y se condensan en el *habitus*.
6. Los límites del campo los da el alcance de la fuerza del centro de poder.

El campo de la comunicación se enfrenta permanentemente a una proliferación de “coyunturas divergentes” (Kuhn, 2004, p. 137), que obligan permanentemente a incluir nuevos puntos de enfoque para lograr dar soluciones parciales a un problema y esto lleva necesariamente a reconsiderar las soluciones a problemas anteriores generando una “crisis” transformadora (Kuhn, 2004).

Una de las cualidades que tiene la comunicación como campo complejo y multifacético es su capacidad de generación de sentido, creación de la realidad y generación de conocimiento, que implica la ruptura de las “fronteras” por el objeto de estudio que tiene. El lenguaje es la metáfora de red y central de su configuración teórica (Garduño-Oropeza et al., 2008). La traducción sería una poderosa herramienta que tiene la comunicación, con el lenguaje como base de la construcción social de la realidad, que permite crear un orden, dotando de sentido y permitiendo aprehender el mundo (Garduño-Oropeza et al., 2008).

En este punto, en el cual ya se considera a la comunicación como un campo de conocimiento, Piñuel Raigada (2024) hace una precisión sobre la Teoría de la Comunicación que organiza el campo. Presenta las dos nociones epistémicas que dirigirán, y que aún se mantienen vigentes en el concepto de comunicación: “la comunicación como «intercambio», «transmisión», y la comunicación como «conducta interactiva», como «interacción»” (Piñuel Raigada, 2024, p. 51). En el mundo contemporáneo, el campo de la comunicación toma mayor relevancia al inscribirse el capitalismo en una fase de “semiocapitalismo” como lo expone Berardi (2007) citado por Valdettaro (2015, p. 14). La producción, circulación y consumo de

bienes simbólicos se da, en el campo de la comunicación que obliga una formación profesional “más amplia y, a su vez, específica” (Valdettaro 2015, p. 14).

Para establecer los alcances del campo y la forma institucionalizada de la socialización de los investigadores en él, es necesario recordar la definición del campo académico de la comunicación como “un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación.” (M. I. Vassallo de Lopes, 2005, p. 44).

Se configura así el siguiente paso en la constitución del campo de la comunicación, el establecimiento de la disciplina de la comunicación y de la profesión que para su consolidación requirió “construir un lenguaje teórico y técnico específico” (Valdettaro, 2015, p. 18). Valdetarro considera que la diferenciación y la especificidad del “dominio de objetos” específicos y su abordaje en cuanto a “perspectivas y procedimientos” (Valdettaro, 2015, p. 18) lleva a considerar la comunicación como ciencia, sin embargo, tomando en cuenta las características de la “ciencia normal” que presenta Kuhn, la comunicación no ingresaría en esta categoría.

No se cuenta en la comunicación con un corpus teórico exclusivo que permita abordar completamente los fenómenos y objetos de estudio, es tan intrincada la comunicación y sus formas de producción, distribución y creación que se requiere el concurso de múltiples disciplinas coadyuvando a la dilucidación de lo que ocurre en el mundo de la vida.

Sin embargo, la argumentación de Valdetarro (2015) si ubica a las “ciencias de la comunicación” (p. 25) como una disciplina específica, con una especificidad en el objeto de estudio, con una gran capacidad de adoptar enfoques, teorías, explicaciones y metodologías de otras áreas del saber que brinda una amplia cobertura para el análisis.

Martín Serrano (1982) es mucho menos optimista que Valdetarro (2015), pero sí mucho más preciso al señalar que la Teoría de la Comunicación “se especializaría en aquellas prácticas de los seres vivos (interactivas) que suponen un esfuerzo de los actores orientado a controlar, mediante la información, el intercambio energético en el sistema” (Martín Serrano 1982, p. 85). Así el centro de la Teoría de la Comunicación es “la interacción comunicativa” (Martín Serrano, 1982, p. 86).

Vasallo De Lopes (2005, p. 44) identifica cuatro subcampos en el campo de la comunicación:

1. Científico “implicado en prácticas de construcción de objetos, metodologías y teorías”.
2. Educativo definido por las “prácticas de reproducción de ese conocimiento”.
3. Profesional “caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado de trabajo”.

En resumen, desde la teoría de la información pasando por las mediaciones y los estudios sobre la profesión, la comunicación ha tomado elementos centrales de distintas disciplinas para la creación de un corpus teórico que explique y de soporte a la explicación de la actividad comunicativa en el mundo social, teniendo como perspectiva que la comunicación es una matriz que permite comprender la realidad social y cultural (Karam, 2007b).

El periodismo aparece como la práctica de diálogo de los actores sociales en la red comunicativa en la que el tercero instruido (el actor y en este caso el periodismo) actúa de forma flexible y se adapta a diferentes coyunturas, siguiendo la proposición de (Garduño-Oropeza et al., 2008). Su estudio se puede ubicar más en los enfoque

descriptivos que predictivos, siguiendo la distinción de Beltrán citado por Vasallo de Lopes y Fuentes Navarro (2005, p. 9).

PRÁCTICA PERIODÍSTICA Y LA ESCASEZ DE TEORÍA EN UN CONTEXTO DE CRISIS

En el campo de la comunicación se inserta el periodismo como práctica que se consolida con el nacimiento de los Estados-Nación y con el desarrollo tecnológico de la imprenta de tipos móviles. El periodismo entra a jugar un papel importante en el escenario del poder al tener dos funciones, una como legitimador del poder y otra como controlador y vigilante de este en el contexto contemporáneo de profundización de uso de Internet, que surgió como una estrategia de transmitir el control de las acciones militares en un momento de combate total. Hoy en día algunos investigadores aseguran que Internet es no sólo es un arma, sino que además se ha convertido en un arma ideológica que permite poner en circulación información que el poder desea mantener oculta. Los casos de develación de información de *Wikileaks* y “*Panama Papers*” son muestra del poder que tiene la red en la difusión de información.

Toda esta relación produce información que se cristaliza en lo que hoy se denomina “Grandes Datos” (Big Data) también llamados “Datos Masivos” o “Datos a Gran Escala”. Los Grandes Datos cobijan la recolección, el almacenamiento, la búsqueda, la difusión, el análisis y la visualización de grandes cantidades de datos y los procedimientos para analizarlos y encontrar patrones en ellos. En el análisis se incluye la creación de informes estadísticos y de modelos predictivos, lo que puede ser usado a gran escala desde la predicción de la dispersión de una enfermedad infecciosa como el seguimiento al comportamiento de una persona. El conjunto de datos crece rápidamente desde los 80's. La capacidad tecnológica per-cápita a nivel mundial para almacenar datos se dobla aproximadamente cada cuarenta meses desde los años ochenta (Hilbert y López, 2011).

Luego de experimentar con servicios de noticias como el *videotex* y el *audiotex*, fue *The Chicago Tribune* quien lanzó el primer diario digital en 1992, poniendo en línea la totalidad de su versión impresa. Le siguió, en 1993, el *San José Mercury Center* que incluyó herramientas interactivas como el correo electrónico para comunicarse con los periodistas, anuncios clasificados, y otros servicios complementarios de información que lo convirtieron en el paradigma de la edición electrónica de información en línea. En Colombia, *El Tiempo* y *El Espectador* fueron los primeros diarios en tener una versión digital en 1996. Desde entonces se ha ido incrementando el número de medios informativos que tienen versión impresa y digital como los que dejan la versión impresa para establecerse en la digital también han crecido los llamados nativos digitales generalistas y los de nicho, que están compitiendo por la audiencia desde hace unos años con los *influencers* y creadores de contenido que son apoyados por distintas fuentes de financiación, a las que los medios informativos digitales no necesariamente tienen acceso.

El periodismo participa activamente en la construcción de los focos de experiencia de los consumidores/usuarios de la información noticiosa, así como en la construcción de los sistemas de: representaciones, de función y de valor representativo variable. En los trabajos sobre periodismo digital en Colombia se destacan aquellos trabajos que abordan la discusión sobre la transformación: de la profesión, de las formas de producción de la información; de los portales. En esos trabajos se da por sentado que lo que se informa es cierto.

En el 2000, Kopper, Kolthoff y Czepek aseguraban que hasta ese momento había comenzado la investigación del periodismo en línea y aún hay muy pocos estudios académicos sobre el periodismo digital. Los investigadores encontraron que la investigación sobre periodismo en línea es dirigida principalmente por las instituciones de comunicación y sus divisiones de investigación, una menor parte de la investigación está siendo llevada a cabo por las universidades.

La mayor parte de los estudios sobre los usuarios del periodismo online ha sido llevada a cabo por las estaciones de televisión y las firmas de telecomunicaciones (Kopper, Kolthoff, y Czepek, 2000).

Hasta el 2000 los estudios sobre el periodismo digital se habían centrado en: (1) análisis de mercado: incluyendo análisis de estructura de mercado, posibilidades de obtener ganancias y competencia entre los media; (2) Análisis de productos: estas investigaciones examinan los tipos de programación y de periodismo que está disponible en la *Web*, y cómo son afectados por específicas restricciones y posibilidades de la Internet; (3) Estudio de usuarios: analizando los periodistas como usuarios en la Internet; (4) Cambios ocupacionales: cambios de las estructuras de trabajo de los periodistas así como la transformación de su oficio; (5) evaluaciones de calidad: se están deteriorando los estándares profesionales del periodismo?; (6) Estudios Macro: La relación del periodismo online con la democracia, con la sociedad; (7) proyectos experimentales: montajes experimentales son usados para examinar la entrega, implementación y formas del periodismo online (Kopper, Kolthoff, y Czepek, 2000).

En el periodo comprendido entre los años 1997 y 2015, se ha encontrado que en la producción de conocimiento mundial sobre periodismo digital los temas centrales de reflexión pueden englobarse en cinco grandes áreas:

- a. Formación en periodismo: En esta área se encuentran los trabajos que consideran el tipo de formación que reciben los estudiantes de periodismo, las habilidades, conocimientos y destrezas que se requiere en el mundo laboral del periodismo digital actual, como tener conocimientos de fotografía, audio, vídeo, software de uso en los espacios de producción periodística, tener la preparación para enfrentarse a una sociedad multicultural, además de tener el conocimiento y las habilidades de un periodista tradicional en este apartado podemos incluir los trabajos de Wenger (2005); Tejedor

(2006); Deuze (2001); Huang et al. (2006); Deuze, Neuberger, y Paulussen (2004); Dates et al. (2006); Wenger (2006); Chase (2006); Deuze (2006); Castaneda, Murphy, y Hether (2005); Madison (2014) y Du y Lo (2014). La reflexión en este tema gira alrededor de la forma en la que el estudiante graduado debe ser un trabajador de la información que tiene las habilidades, el conocimiento y la actitud reflexiva necesarios sobrevivir en mercado convergente de hoy de los medios (Deuze, 2006), los currículos de las universidades cambiaron para dar respuesta a las demandas de los nuevos medios.

b. Caracterizaciones temporales de la forma en la cual se ha dado la transformación de los medios informativos por la inclusión de las nuevas tecnologías en la producción de contenido informativo, en este apartado se ubican los trabajos de Massey y Levy (1999), Pavlik (1997); Jensen (2007); Allan (2006); Hall (2001) y Craig (2005).

c. Caracterizaciones de las transformaciones del oficio y de la profesión periodística por la inclusión de las nuevas tecnologías. Se incluye aquí una reflexión sobre la transformación en la forma de: (a) hacer periodismo, (b) las lógicas de producción periodística, (c) la empresa periodística, (d) establecimiento de los valores-noticia y (e) los criterios de noticiabilidad. Se debe anotar que, por la apropiación de las tecnologías en el campo periodístico, también se ha dado una concentración de los grandes medios informativos. Aquí también se considera que cualidades de la red, como la velocidad, la eficiencia de la entrega, la selectividad personal, la disponibilidad en demanda, la posibilidad de tener casi un costo-libre, la posibilidad para almacenar el contenido adicional y aceptar a usuarios adicionales, les permiten a los periodistas ampliar su rango de acción a la hora de buscar y poner en circulación la información. Los flujos de noticias en la red se han incrementado, sin embargo, esto no significa que la información sea de mejor calidad. Es

posible ubicar aquí los trabajos de Craig (2005); Randall (2000); Rawolle y Hess (2000); Sylvester, Coleman y Freeman (2004); Deuze (2004); McAdams (2005); Burns (2005); Hall (2001); Deuze (2002); Singer (2004); Palser (2004) y Farhi (2000).

Se resalta aquí el trabajo de Graves (2015) que propone una nueva área dentro del periodismo el “periodismo de anotación”, definido como “el periodismo que avanza principalmente a través del análisis crítico de textos publicados, en los que puede haber noticias, cuentas, documentos oficiales, u otros materiales, textos disponibles al público” (Graves 2015, 100). Desarrollado principalmente por los *bloggers*, el periodismo de anotación sería un resultado de la vinculación del periodismo con las tecnologías de la información y la comunicación.

d. Estudios sobre las transformaciones tanto en la producción de contenido como en el contenido informativo mismo. Esto incluye la incorporación de los ciudadanos en el ambiente informativo en la red. Los medios informativos en línea necesitan saber casi todo sobre sus lectores, características y dinámicas, porque deben considerar que la audiencia varía con la naturaleza de la publicación y que la audiencia desea estar en contacto con los productores de la información. Además, la audiencia, que pasa a ser usuaria de la información, busca más espacios de interacción con la información, lo que implica también considerar la usabilidad de los sitios web informativos en este apartado incluyó los trabajos de Allan (2006); Stevens (2006); Hong et al. (2005); Stone (2001); Tewksbury (2005); Appiah (2003); Allan (2006); Farhi (2000); Massey y Levy (1999); Mendelson et al. (2005) y Wasserman (2006).

Hoy en día es importante incluir en los estudios sobre periodismo digital a otros actores que participan en la producción de contenido y que influyen en la construcción del contenido mismo como programadores, técnicos, expertos en visualización de datos,

blogeros o *influencers* pues, su activa participación da cuenta de la transformación en las empresas periodísticas (Boczkowski, 2015).

e. Reflexiones éticas sobre el papel y las responsabilidades del periodista digital. La discusión abarca preguntas sobre con pueden los periodistas tomar buenas decisiones en un ambiente que no tiene ni una tradición periodística ni mucho tiempo disponible para la reflexión, hasta las discusiones sobre cómo se mantiene en el periodismo digital cualidades como autonomía, claridad y credibilidad características del periodismo, pasando por la discusión sobre la noción de confiabilidad de la información que presentan los usuarios y los periodistas en la red y por el uso que hacen los periodistas de la interactividad y la transparencia para fortalecer la credibilidad de la información que emiten. En un momento en que la credibilidad de los periodistas está erosionada, es muy relevante la discusión sobre la confianza en la información, los periodistas y los ciudadanos que brindan información. Se discute aquí también el papel de los periodistas digitales en la democracia, con una mayor ampliación de espacios informativos se da la paradoja de que no necesariamente se ha abierto la puerta a nuevos discursos, sino que se escuchan las mismas voces de forma hegemónica. La discusión sobre los derechos sobre la información (datos, fotografías) enviados por los testigos de un acontecimiento como se puede evidenciar en los trabajos de Deuze y Yeshua (2001); Quadros (1999); Singer (2006); Elsaka (2005); Stone (2001); Steiger (2006); Rosenberry (2005); Arant y Anderson (2001); Lasica (2001); Tallent (2006); Newmark (2006); Tuinstra (2006) y Allan (2006).

La discusión no sólo abarca la forma de hacer periodismo en occidente, sino también la forma en la cual en China y en otras sociedades se hace periodismo, llegando a la conclusión que si bien hay una noción de normatividad sobre la cultura profesional del periodismo esta debe ser vista a través de: (a) la cultura en la cual se desenvuelve para poder entender la relación de los periodistas, los

sistemas de información, los políticos y los usuarios (Liu y Berkowitz, 2014) y (b) la responsabilidad que debe tener el periodismo en sociedades en las cuales se viven procesos de reordenamientos económico-políticos, esta responsabilidad debería cobijar también a los propietarios de los medios y a los tomadores de decisión (Vobič y Milojević, 2014).

f. Análisis y estudios sobre la transformación en el consumo de la información. En este contexto se pasa de tener información en momentos específicos a tener el acceso a ella todo el tiempo. Los lectores y la audiencia pasan a ser usuarios y luego *produsers* (productores y usuarios), se incluyen aquí aspectos como la forma en la que se da la relación de los usuarios con los sitios informativos estos aspectos los trabajan autores como Craig (2005); Burns (2005); Pavlik (2000) y Sambrook (2006) o como las audiencias están influenciando las decisiones de los editores en los medios informativos Vu (2014).

La información que surja de la interacción del individuo con las cosas en su entorno entrará a jugar un papel importante en el escenario del poder al tener dos funciones, una como legitimadora y otra como controladora y vigilante. La verdad que emana de los Grandes Datos será el resultado de la conjunción de distintos mecanismos de verdad que, al conjugarse construyen la idea de verdad social, lo que en términos políticos significa que hay continuidad en el poder que se ejerce.

El desarrollo tecnológico lleva hoy con la Inteligencia Artificial a un escenario de una especialización para constituir ese nuevo mecanismo que le permitirá a la gubernamentalidad ser más eficiente en su acción de gobierno, se transformarán los procesos de subjetivación, procesos en los cuales el periodismo juega un papel importante al tener la posibilidad de vincular a la ciudadanía con la información y las narraciones de verdad que construye el poder en cualquiera de sus versiones.

La garantía de la recolección de datos y su análisis por parte de la Inteligencia Artificial se constituyen en tecnologías que le permiten al periodismo identificar los comportamientos de las personas y así mismo se apoyan en las tecnologías de subjetivación que producen a un sujeto que se comporta cuidadosamente para no ser expulsado del espacio social al que logró llegar. Se aproxima al sujeto de Ewald:

Un tipo de sujeto que previene su futuro, que ahorra, que se gobierna a sí mismo en la medida en que se protege frente a posibles eventualidades. Es el sujeto que calcula, que evalúa los acontecimientos, que cuida de sí mismo y de los otros (sus hijos, su familia), que no deja su futuro en manos del destino, sino que lo toma bajo su propio control (Castro-Gómez 2015, 235).

Sin embargo, estos comportamientos dependen de las esferas de información en las cuales las personas desempeñen su actividad vital. La participación del periodismo en el análisis de la información en las “piscinas de datos” a través de la Inteligencia Artificial (IA) para identificar Fake News y olas de desinformación es una de las posibilidades que tiene para mantenerse vigente como un mediador entre la ciudadanía y el poder.

En la otra orilla están los lineamientos de las empresas periodísticas que buscan obtener el mayor rendimiento con el uso de IA que vincula la producción de información de un periodista con “fragmentos informativos” que son creados por IA y que, por su cualidad de ser capturados en “piscinas de datos” generalistas, crea falacias, realidades alternativas que dependen del criterio humano del periodista para ser corregidas y hacerlas creíbles.

El papel del periodismo como “perro guardián de la democracia” sobre la capacidad de incidencia de la IA en ámbitos de toma de decisiones democráticas es otro de los escenarios. Solo que este papel, en términos teóricos e ideales, se centra en el carácter del periodismo de compromiso con la verdad y de mediador del poder

con la ciudadanía. Si ese pacto se rompe, la ciudadanía queda a merced de las “cámaras de eco” y de las “burbujas de filtro” que amplifican su poder en entornos con baja alfabetización y bajo acceso crítico a los contenidos mediáticos distribuidos por las redes sociales.

- CONCLUSIONES -

A pesar de que el panorama no es alentador, si ofrece una gran oportunidad para repensar el papel del periodismo en el campo de la comunicación en países como Colombia que produce pocas patentes en IA y que tiene un contexto de democracias débiles con una alta fragmentación y polarización social.

Si bien, la comunicación no es una ciencia, es un campo disciplinar que cobija al periodismo que dependiendo del control que tenga sobre él las empresas periodísticas se insertará en una de las tres tendencias mundiales que identifica Aho (2019) por el uso masivo de tecnologías digitales y el ascenso de la Inteligencia Artificial (IA) la primera es lo que denomina “capitalismo de vigilancia”, la segunda el posthumanitarismo y el tercero el “autoritarismo algorítmico”. El capitalismo de vigilancia “describe el poder de los grandes datos desplegados por las corporaciones que operan bajo lógicas neoliberales” Zuboff 2019 citado por Aho (2019), el posthumanitarismo “describe una epistemología cibernetica centrada en los datos que se extiende a las prácticas de intervención humanitaria en el contexto de la precariedad y la inestabilidad” Duffield (2019) citado por Aho (2019) y el autoritarismo algorítmico “describe el uso de Grandes Datos y de Inteligencia Artificial dentro de los sistemas gubernamentales de control social, económico y político” Feldstein (2019) citado por Aho (2019).

El futuro del periodismo y de la comunicación dependerán de su capacidad de sortear las tensiones que los poderes ejercen al

apropiarse de la IA y de los Estados en el establecimiento explícito del compromiso con mantener las garantías de un modelo democrático incluyente.

- REFERENCIAS -

- Aho, B. (2019). The datified globe: Emerging trends in algorithmic governmentality. *Global-e: A Global Studies Journal*. <https://www.21global.ucsb.edu/global-e/may-2019/datified-globe-emerging-trends-algorithmic-governmentality>
- Allan, S. (2006). Online news. Open University Press; McGraw-Hill Education.
- Appiah, O. (2003). Americans online: Differences in surfing and evaluating race-targeted websites by Black and White users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Arant, D., & Quitney Anderson, J. (2001). Newspaper online editors support traditional standards. *Newspaper Research Journal*.
- Becerra, J. (2004). La comunicación: De objeto a categoría. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.
- Boczkowski, P. J. (2015). The material turn in the study of journalism: Some hopeful and cautionary remarks from an early explorer. *Journalism*.
- Bourdieu, P. (1997). Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Anagrama.
- Burns, A. (2005). Collaborative online news production. Peter Lang Publishing, Inc.

- Castañeda, L., Murphy, S., & Hether, H. J. (2005). Teaching print, broadcast, and online journalism concurrently: A case study assessing a convergence curriculum. *Journalism & Mass Communication Educator*.
- Castro-Gómez, S. (2015). Historia de la gubernamentalidad I. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault. Siglo del Hombre Editores; Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar; Universidad Santo Tomás de Aquino.
- Chase, N. (2006). Feeding the web while reporting the story. Nieman Reports.
- Craig, R. (2005). Online journalism: Reporting, writing and editing for new media. Thompson/Wadsworth.
- Dates, J., Glasser, T., Stephens, M., & Adam, S. (2006). Does journalism education matter? *Journalism Studies*.
- Deuze, M. (2001). Educating “new” journalists: Challenges to the curriculum. *Journalism & Mass Communication Educator*.
- Deuze, M. (2002). National news cultures: A comparison of Dutch, German, British, Australian, and U.S. journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
- Deuze, M. (2004). What is multimedia journalism? *Journalism Studies*.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464.
<https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Deuze, M. (2006). Multicultural journalism education in the Netherlands: A case study. *Journalism & Mass Communication Educator*.

- Deuze, M., Neuberger, C., & Paulussen, S. (2004). Journalism education and online journalists in Belgium, Germany, and The Netherlands. *Journalism Studies*.
- Deuze, M., & Yeshua, D. (2001). Online journalists face new ethical dilemmas: Lessons from The Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics*.
- Du, Y., & Lo, S. C. E. (2014). The gap between online journalism education and practice: A Hong Kong study. *Journalism & Mass Communication Educator*.
- Elsaka, N. (2005). New Zealand journalists and the appeal of “professionalism” as a model of organization: An historical analysis. *Journalism Studies*.
- Farhi, P. (2000). Surviving in cyberspace. *American Journalism Review*.
- Garduño-Oropeza, G., Zúñiga-Roca, M. F., Rogel-Salazar, R., & Aguado-López, E. (2008). La epistemología de la comunicación en Michel Serres. *Cinta Moebio*, (31), 23–37. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2008000100003>
- Graves, L. (2015). Blogging back then: Annotative journalism in I.F. Stone’s Weekly and Talking Points Memo. *Journalism*.
- Hall, J. (2001). *Online journalism*. Pluto Press.
- Hilbert, M., & López, P. (2011). The world’s technological capacity to store, communicate, and compute information. *Science*.
- Hong, T., McLaughlin, M., Pryor, L., Beaudoin, C., & Grabowicz, P. (2005). Internet privacy practices of news media and implications for online journalism. *Journalism Studies*.

- Huang, E., Davison, K., Shreve, S., Davis, T., Bettendorf, E., & Nair, A. (2006). Bridging newsrooms and classrooms: Preparing the next generation of journalists for converged media. *Journalism & Communication Monographs*.
- Jensen, R. (2007, diciembre 6). Lessons learned from teaching online journalism. *Online Journalism Review*. <http://www.ojr.org/ojr/stories/070612jensen/>
- Karam, T. (2007a). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Andamios*.
- Karam, T. (2007b). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Revista Andamios*, 4(7), 97–124.
- Kopper, G. G., Kolthoff, A., & Czepek, A. (2000). Research review: Online journalism – A report on current and continuing research and major questions in the international discussion. *Journalism Studies*.
- Kuhn, T. S. (2004). La estructura de las revoluciones científicas. Fondo de Cultura Económica.
- Lasica, J. D. (2001). *Taking ethics to the Net*. Quill.
- Liu, Z., & Berkowitz, D. (2014). “Where is our Steve Jobs?” A case study of consumerism and neo-liberal media in China. *Journalism*.
- Madison, E. (2014). Training digital age journalists: Blurring the distinction between students and professionals. *Journalism & Mass Communication Educator*.
- Martín Serrano, M. (1982). El lugar de la teoría de la comunicación entre las ciencias. En M. Martín Serrano, J. L. Piñuel, J. Gracia, & M. A. Arias (Eds.), *Teoría de la comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia* (Vol. VIII). Universidad Complutense de Madrid.

- Massey, B., & Levy, M. (1999). Interactivity, online journalism, and English-language web newspapers in Asia. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
- McAdams, M. (2005). Flash journalism: How to create multimedia news packages. Focal Press.
- Mendelson, A., Coleman, R., & Kurpius, D. (2005). Civic usability in internet journalism classes. *Journalism & Mass Communication Educator*.
- Newmark, C. (2006). Community building on the web: Implications for journalism. Nieman Reports.
- Palser, B. (2004). The web's campaign contributions. *American Journalism Review*.
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*.
- Pavlik, J. V. (1997). The future of online journalism. *Columbia Journalism Review*.
- Piñuel Raigada, J. L. (2024). Fuentes epistemológicas de la comunicación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*.
- Quadros, C. (1999). Clinton-Lewinsky: El escándalo que comenzó en la red. *Revista Latina de Comunicación Social*. <http://www.ull.es/publicaciones/latina6/18/07>
- Randall, D. (2000). The universal journalist. Pluto Press.
- Rawolle, J., & Hess, T. (2000). New digital media and devices. *JMM: The International Journal on Media Management*.
- Rosenberry, J. (2005). Few papers use online techniques to improve public communication. *Newspaper Research Journal*.

- Sambrook, R. (2006, enero 20). How the net is transforming news. BBC News Online. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4630890.stm>
- Singer, J. (2006). The socially responsible existentialist. *Journalism Studies*.
- Singer, J. B. (2004). More than ink-stained wretches: The resocialization of print journalists in converged newsrooms. *Journalism & Mass Communication Quarterly*.
- Steiger, P. (2006). Confronting the dual challenge of print and electronic news. *Nieman Reports*.
- Stevens, J. E. (2006). Taking the big gulp. *Nieman Reports*.
- Stone, M. (2001). Interactivity and transparency. *Poynter Ethics Fellow* [Blog]. http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=4703
- Sylvester, J., Coleman, R., & Freeman, C. (2004). The case of the woeful website. *Quill*.
- Tallent, B. (2006). Newspaper works to include blogging in code of ethics. *Quill*.
- Tejedor, S. (2006). La enseñanza del ciberperiodismo: Hacia una transversalidad mixta. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*.
- Tewksbury, D. (2005). The seeds of audience fragmentation: Specialization in the use of online news sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Tuinstra, F. (2006). Puzzling contradictions of China's internet journalism. *Nieman Reports*.

- Valdettaro, S. (2015). Epistemología de la comunicación: Una introducción crítica. Universidad Nacional de Rosario.
- Vassallo de Lopes, M. I. (2005). Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación. En M. I. Vassallo de Lopes & R. Fuentes-Navarro (Eds.), Comunicación: Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. ITESO; Universidad Autónoma de Aguascalientes; Universidad de Colima; Universidad de Guadalajara.
- Vassallo de Lopes, M. I., & Fuentes-Navarro, R. (2005). Introducción. En Comunicación: Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas (pp. 7–14). ITESO.
- Vobič, I., & Milojević, A. (2014). “What we do is not actually journalism”: Role negotiations in online departments of two newspapers in Slovenia and Serbia. Journalism.
- Vu, H. T. (2014). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. Journalism.
- Wasserman, E. (2006). Looking past the rush into convergence. Nieman Reports.
- Wenger, D. H. (2005). Cross-training students key in multimedia world. Quill.
- Wenger, D. H. (2006). Reading, writing and reality: Will your next job be online? Quill.

CAPÍTULO 2

LA PRÁCTICA Y EL PENSAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA

JISELE GUACHETÁ CAMPO

CITAR COMO

Guachetá Campo, J. (2025). La práctica y el pensamiento de la comunicación en Latinoamérica. En C. E. Andraus Quintero (Comp.), *Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación* (pp. 29-54). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17650372>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17650372>

LA PRÁCTICA Y EL PENSAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA

Autora

Jisele Guachetá Campo

<https://orcid.org/0000-0001-5067-8483>

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador

Universidad del Cauca, Popayán - Colombia

jisele.guacheta@uasb.edu.ec

- INTRODUCCIÓN -

Este ensayo sostiene que el fortalecimiento del campo de la comunicación se potencia, según Fuentes Navarro (2024), mediante la interpretación de la comunicación y sobre la comunicación. La comprensión de la comunicación como práctica aislada de la construcción de pensamiento ha reforzado su percepción instrumental. Esta percepción genera tensión entre hacer comunicación y conocer la comunicación, lo que resulta en: fragmentación y dispersión de la investigación, ampliación de la brecha entre la actividad intelectual y el ejercicio profesional, y precarización de las profesiones de la comunicación en América Latina.

Establecer las condiciones que determinan la perspectiva instrumental de la comunicación en América Latina implica reflexionar sobre su trayectoria en el continente. Esta reflexión revela la juventud del campo de conocimiento, caracterizado por un proceso de interacción con experiencias exógenas que influyen en la configuración de su identidad científica.

El influjo foráneo enriqueció la discusión teórica en la región y marcó los rasgos estructurales de su pensamiento. Así, la investigación comunicacional latinoamericana emergió de la confrontación, reformulación y relectura de modelos dominantes internacionales (Barranquero, Arcila Calderón & Arroyave, 2017, p. 16).

Las referencias conceptuales del campo, integradas a la experiencia del continente, se forjan en otros escenarios, desde disciplinas, perspectivas y fines distintos. Esta condición define la comprensión del campo en América Latina, donde los paradigmas dominantes de la comunicación, sus variantes y evoluciones, enmarcan el desarrollo de sus modos de hacer y conocer.

En consecuencia, la apropiación de la forma y las condiciones del desarrollo científico del campo enfrenta la imposibilidad inicial de delimitar el lugar de la comunicación en la experiencia científica, así como la necesidad de una implicación interdisciplinaria para fundamentar sus referentes.

El encuentro con América Latina forja una experiencia legítima en el campo del conocimiento, sustentada en instituciones, proyectos de formación, escenarios de discusión e intelectuales que reflejan las particularidades de la región. Esto permite comprender el devenir de las teorías de la comunicación a través de desplazamientos marcados por las dimensiones temporal, social y cultural de América Latina y su interacción con el mundo. Sin embargo, esta diversidad de perspectivas, aunque enriquecedora, ha fragmentado los abordajes del campo, generando tensiones en la definición de su objeto de estudio. En este sentido, Navarro (2024) ofrece una propuesta integradora al concebir la comunicación no solo como un medio para alcanzar fines, sino como una acción intrínsecamente ligada a prácticas sociales y una productora de sentido, lo que resuena con la experiencia latinoamericana de construir significados en el encuentro y desencuentro con el mundo.

- DESARROLLO -**FRAGMENTACIÓN Y DISPERSIÓN**

La fragmentación y dispersión del campo de la comunicación constituyen un obstáculo central para su consolidación como disciplina científica, un desafío que se acentúa en el contexto latinoamericano de encuentro y desencuentro con el mundo. Karam (2007, p. 101) argumenta que la problematización fragmentada en torno a actores, mensajes, canales y contextos ha condicionado la producción de conocimiento científico del campo, forzándolo a depender de otras disciplinas y dejando su objeto de estudio en una ambigüedad persistente: “Esta dispersión hace que la comunicación pueda incumplir uno de los principios para la definición de un espacio conceptual como científico: su delimitación objetual”.

Esta limitación, según Karam (2007), se vincula a la dimensión práctica de la comunicación, profundamente influida por el devenir tecnológico que ha reconfigurado la acción social, un proceso que trasciende el desarrollo contemporáneo de los medios y se arraiga en dinámicas históricas.

Esta fragmentación, exacerbada por la influencia tecnológica señalada por Karam (2007), encuentra una de sus raíces en la tendencia a abordar la comunicación desde su razón instrumental, un enfoque que limita su potencial dialógico y refuerza la dispersión del campo. Martín Serrano (1982, p. 48) destaca que “la conquista de instrumentos de comunicación que permiten ampliar los límites del espacio y el tiempo comunicativo es una consecuencia del trabajo humano, aplicado sobre las cosas y sobre las energías que existen en la naturaleza”, evidenciando cómo la tecnología, producto de la interacción humana, ha moldeado la comunicación.

Sin embargo, Martín Serrano (1982, p. 91) advierte que el problema no radica en la razón instrumental en sí, sino en la persistencia

de reducir la comunicación a esta dimensión, fragmentándola para facilitar el control social: “no está al alcance del teórico de la comunicación impedir que su saber pueda ser utilizado por Ego [...] para reducir la libertad personal y colectiva del Alter”, pero sí le corresponde resistir teóricamente la instrumentalización que degrada el campo a una técnica de control.

En el contexto latinoamericano, donde la comunicación ha sido históricamente un espacio de resistencia y creación de sentido, esta reducción instrumental agrava la fragmentación, al priorizar el control sobre la riqueza de sus prácticas dialógicas. Esta problemática se complejiza aún más ante la multiplicidad del entorno comunicativo, como señalan Innerarity y Colomina (2020, p. 16) “nuestras limitaciones cognitivas no proceden solo de la escasez de información, sino también de la falta de instrumentos para hacer frente a la complejidad del mundo”, un “desorden informativo” marcado por desinformación, noticias falsas y descontextualizaciones. Así, la fragmentación del campo no solo refleja la dificultad de delimitar su objeto de estudio, sino también la necesidad de trascender los abordajes instrumentales para reconocer el potencial ético y político de la comunicación en la experiencia latinoamericana.

En ese sentido, es preciso considerar que la comunicación constituye una capacidad humana cuya complejidad aún no ha sido plenamente descifrada. Esta debe abordarse también en su potencialidad, reconociendo que el saber comunicacional, en integración con su saber instrumental, posibilitaran, interpretar, esa condición política que exponencialmente se potencia con cada auge tecnológico y que demanda un conocimiento integral en función de comprender, el determinante impacto que tiene la relación tecnología y comunicación y que transciende la connotación instrumental que pueda atribuirse a esta relación

Como afirma Fuentes-Navarro (2020, p. 256), la comunicación es una ética, una realidad práctica e inescapable, un recurso para

la interacción y un ejercicio de poder, pero también, en muchos sentidos, un enigma que nos desafía permanentemente.

Williams (1992) propone una comprensión de la relación entre tecnología y comunicación que permite ampliar la perspectiva desde la cual se reflexiona sobre el desarrollo tecnológico, trascendiendo así su interpretación desde una lógica meramente instrumental. Este enfoque insta a pensar cómo dicha relación transforma las formas sociales y humanas. Si bien su análisis se centra en el impacto de la imprenta, sus planteamientos resultan plenamente consistentes con lo que ha ocurrido posteriormente con el desarrollo de la World Wide Web y, más recientemente, con la inteligencia artificial.

Sin embargo, como el mismo autor advierte, las tecnologías no pueden comprenderse de forma aislada. La técnica de la escritura, por ejemplo, no se reduce al acto de escribir: la tecnología de la escritura implicó no solo el desarrollo de instrumentos y materiales específicos, sino también la producción de un cuerpo más amplio de saberes. En particular, implicó la adquisición de la habilidad de leer, una práctica que, en efecto, era inseparable de las formas más generales de organización social (Williams, 1992, p. 190).

Reconocer estas condiciones permite volver la mirada hacia la historia de la investigación en comunicación en América Latina, en particular para comprender las razones detrás de la fragmentación del campo en la región. Fuentes-Navarro (1992) señala que, si bien el campo ha alcanzado cierto grado de madurez—evidenciado en la proliferación de programas académicos y en la consolidación de redes de investigación—, persiste una preocupación constante por su desarticulación.

Otra de las fuentes evidentes de la desarticulación que sufre el campo puede ubicarse en el perdurable afán de autonomizar al estudio de la comunicación con respecto a las ciencias sociales. La lucha por conquistar un espacio epistémico e institucional

propio para la disciplina, muy justificable en cuanto a la ruptura de dependencias teóricas, metodológicas y profesionales, tuvo y sigue teniendo la nefasta consecuencia de, o bien reducir el estudio de la comunicación a una dimensión instrumental, o bien alimentar la pretensión de construir -independientemente de cualquier consideración del entorno sociocultural- una imposible ciencia autocontenida y universal. Esta pretensión, por supuesto, afectó menos a la investigación que a la formación universitaria, ya que los actores de la primera han sido hasta hace muy poco mayoritariamente formados en las más diversas disciplinas y, en los casos de los más rigurosos al menos, la propia práctica les dio los elementos de reajuste necesarios, recurso que no tienen tan fácilmente a la mano los operadores de la formación profesional (Fuente Navarro, Raúl (1992, p. 5).

Lo anterior, además de permitir seguir justificado la opacidad del objeto, da cuenta de las responsabilidades asignadas sobre la formación de los profesionales para el campo, un tanto, problemático si también recordamos que los primeros formadores de profesionales de la Comunicación Social fueron profesionales de otras disciplinas y diversas, ese quizá puede ser también otro elemento de la fragmentación del campo, posiblemente un elemento a discutir en el cierre de este ensayo. Sin embargo, siguiendo el planteo de Navarro, es claro, que el control de la formación de profesionales no está en manos de los formadores, está bajo el control de las instituciones.

Los procesos de institucionalización, social y cognoscitiva del campo académico de la comunicación en América Latina se han desarrollado manteniendo y desarrollando una desarticulación múltiple, que a los problemas “importados” de Estados Unidos suma problemas muy propios. El principal es confundir como lo ha citado Jesús Martín-Barbero, las condiciones de desarrollo del o los mercados profesionales, con las exigencias de un campo intelectual (Fuentes Navarro, Raúl. 2003, p. 35).

Lo anterior posibilita interpretar las causas de la fragmentación del campo de la comunicación, de la dispersión de la investigación de este, de la comprensión en fraccionamiento de formación académica, y del ensanchamiento de la brecha entre la actividad intelectual y la profesionalización. Condiciones sobre las que llama la atención Fuentes-Navarro y quienes abordan el problema de la investigación en comunicación en Latinoamérica, el debate de su científicidad y la identificación de los desplazamientos de las teorías. Por un lado, se ubica un condicionado origen de la problematización de la comunicación, luego el desarrollo de unos abordajes contenidos en un marco territorial, fundamentalmente críticos y reivindicativos como la experiencia latinoamericana de alguna época, y abordajes que trascienden la percepción instrumental de la comunicación y la ubican en las dimensiones de los sujetos intervenientes.

Juan-Fernando Muñoz (2021, p. 35), retomando a Vasallo de López (2014), profundiza en las dinámicas descritas al destacar el trabajo de mediaciones de Martín-Barbero y los proyectos de experimentación metodológica que fortalecieron la investigación empírica en la región. Estos esfuerzos consolidaron un movimiento teórico-crítico que buscó una reflexión alternativa sobre la comunicación, alejada de enfoques instrumentales.

Estas dinámicas de fragmentación y dispersión en la investigación en comunicación en América Latina se explican por el contexto histórico en el que se desarrolló el campo, tanto en su dimensión global como en sus particularidades regionales. Factores como los intereses y limitaciones propios de la región, así como la influencia de modelos teóricos y metodológicos foráneos, moldearon un estudio de la comunicación marcado por una perspectiva instrumental desde sus orígenes.

En este contexto, la emergencia de intelectuales latinoamericanos, quienes abordaron la comunicación desde diversas disciplinas y en contraste con los enfoques dominantes de Estados Unidos y

Europa, marcó los primeros desarrollos del campo. Con el tiempo, las particularidades y limitaciones del territorio han dado forma a un proyecto en expansión y consolidación, que enfrenta el desafío de adaptarse a un escenario global en constante cambio, profundamente ligado a los recursos y dinámicas de la comunicación.

Desde la región, donde la identidad se forja en el encuentro entre lo endógeno y lo exógeno, la interpretación de la comunicación ha evolucionado, superando en parte su carácter instrumental. Este proceso ha dado lugar a nuevos abordajes que reconocen en la comunicación un potencial para fortalecer proyectos comunitarios, fomentando soluciones colectivas y vínculos compartidos.

Un ejemplo de esta transformación es la evolución de la comunicación para el desarrollo. Inicialmente concebida bajo una noción de modernidad capitalista, asociada a lógicas de dominación y control, en la región se reformuló como comunicación alternativa. Posteriormente, dio paso a enfoques como la comunicación para el cambio social y la comunicación popular, que reflejan un mayor conocimiento y apropiación de las experiencias de comunicación comunitaria.

En este proceso, varios comunicólogos de la región, al objetar los enfoques mecanicistas, autoritarios y conservadores, diseñaron de manera paulatina y creativa lineamientos para un modelo de comunicación alternativo. Este esfuerzo implicó repensar la naturaleza del fenómeno comunicativo en función de las realidades económicas, sociales, políticas y culturales de América Latina (Beltrán, 2005, p. 65).

En el marco del forjamiento de un pensamiento latinoamericano, surgieron condiciones para un desarrollo de la comunicación coherente con las realidades regionales, como la necesidad de establecer políticas de comunicación. Estas políticas, innovadoras y poderosas, buscaron regular el acceso y control de este derecho

humano para proteger a comunidades y territorios marginados. Sin embargo, la posterior emergencia emancipatoria del campo, combinada con la diversificada experiencia del continente, enfrentó desafíos ante la transformación tecnológica y la imposición de un modelo de mercado dominante, sustentado en una noción de sociedad global, lo que acentuó la fragmentación de la problematización desde la investigación.

Otra causa de la fragmentación del campo, señalada por Waisbord (2014, pp. 6-7), radica en su apertura a tendencias intelectuales globales y regionales: “El campo ha estado abierto a los desarrollos globales y regionales. Fue un campo de estudio globalizado, conectado a los debates intelectuales de todas partes, antes de que la globalización se convirtiera en un fenómeno dominante”. Paradójicamente, esta conexión global, combinada con un fuerte anclaje a las realidades territoriales, ha fragmentado el campo debido a la diversidad de pensamientos incorporados.

A partir de las referencias previas, incluyendo la influencia globalizadora señalada por Waisbord, se identifican múltiples causas de la fragmentación del campo de la comunicación en América Latina: un objeto de conocimiento indefinido, la búsqueda de autonomía disciplinar, la perspectiva instrumental limitante, las demandas del mercado y del oficio, las decisiones institucionales sobre la formación, y la incorporación de referencias exógenas que se entrelazan con las necesidades y problematizaciones propias de un escenario regional diverso.

Esta fragmentación plantea la necesidad de consolidar un pensamiento latinoamericano que, aun en su diversidad, articule un objeto de conocimiento claro. Como se señaló anteriormente, este esfuerzo debe abordar la relación entre comunicación y tecnología, fortaleciendo el papel de la experiencia comunicativa latinoamericana como un territorio activo y crítico frente a los desafíos del escenario global actual.

ENSANCHAMIENTO DE LA BRECHA ENTRE LA ACTIVIDAD INTELECTUAL Y LA PROFESIONALIZACIÓN DEL CAMPO

Anteriormente, se estableció que la razón instrumental determina la fragmentación y dispersión del campo y se esbozó también que lo primero se ha integrado fundacionalmente a los escenarios de formación que surgen en la región de Latinoamérica. Al respecto, Juan Fernando Muñoz (2021) recuerda que:

Nacieron primero las escuelas de periodismo amparadas por una preocupación pragmática de formación de periodistas adscritos a las salas de redacción de prestigiosos medios impresos de algunos países y, luego, por el deseo institucional de universidades públicas y privadas de darle sustento y fundamentación teórico-social al periodismo desde la comunicación. (p. 22)

Jesús Martín-Barbero y Germán Rey (2019) en una revisión que realizan a la formación del campo en Colombia, señalan que:

La precariedad de la investigación que puede hacerse en cualquier campo a nivel de pregrado se ve incrementada en el de comunicación por la inevitable amalgama de saberes sociales con adiestramientos técnicos que conduce en la mayoría de los casos a unos trabajos de grado eminentemente 'prácticos'. (p. 5)

Entonces, la preocupación que empieza a percibirse en la reflexión de los comunicólogos precisamente corresponde a esa distancia paradójica que se presenta entre la profesionalización del campo y la actividad intelectual. Resulta que, sobre la primera, recae la demanda de adaptación de currículos a los requerimientos laborales de comunicadores en un marco comunicacional significativamente impactado por la transformación tecnológica, y, sobre la segunda, la producción de conocimiento en un campo que presenta un objeto difuso.

La brecha, entonces se expande precisamente porque esa condición difusa del objeto de estudio y esa fragmentación de la problematización de la comunicación no posibilitan definir condiciones de conocimiento integradoras que clarifiquen el involucramiento del campo de conocimiento en la comprensión de la experiencia de comunicación humana más allá de su razón instrumental.

En el campo de la comunicación persiste un cruce donde las paradojas siguen vigentes, entre un “teoricismo” expresado en un relativismo teórico creciente que se fragmenta en múltiples modelos explicativos de índole epistemológica, ontológica o axiológica y un “practicismo” con una sobreoferta de principios conceptuales explicativos aplicados a prácticas concretas de la comunicación, las cuales tienen su repercusión más próxima, entre otros, en la falta de articulación entre enseñanza e investigación y el debilitamiento del estatuto teórico de la comunicación como nuevo espacio de conocimiento (Sierra Gutiérrez, 2016, p. 45).

La cuestión, entonces, frente a esa brecha entre la actividad intelectual y la formación profesional corresponde a que la estructuración curricular puede estar sustentada en una comprensión fragmentada de la comunicación desde su fundamentación teórica, a un abordaje formativo descontextualizado, sin historia, sin propósito ni apropiación del acumulado teórico. Esas condiciones, antes de contribuir a la sensibilización de un profesional frente a la trascendencia del campo, parecen hacer incomprensible el lugar de este en la experiencia de comunicación humana en devenir tecnológico.

Aunque los currículos de comunicación enfrentan desafíos teóricos, AFACOM (Asociación de Facultades de Comunicación) en Colombia, en su investigación sobre las profesiones de comunicación, identificó que los perfiles de egresados buscan formar profesionales con pensamiento crítico, competentes, líderes, autónomos,

creativos, responsables y respetuosos con sus semejantes, además de innovadores, emprendedores, comprometidos con el conocimiento, con capacidad analítica e investigativa, y orientados a la excelencia, el trabajo en equipo, el aprendizaje continuo, la ética y un perfil académico íntegro (AFACOM, 2020, p. 17).

Esta identificación de perfiles refleja un claro compromiso académico en los currículos de comunicación; sin embargo, el mismo informe de AFACOM revela una percepción contrastante entre los egresados, quienes recomiendan ajustes para mejorar la formación profesional: mayor énfasis en la práctica (53,3 %), especialmente en programas genéricos; formación más especializada en énfasis o campos de profundización (20,1 %); mayor articulación con el mercado laboral (18,1 %); y un mejor equilibrio entre teoría y práctica en los planes de estudio (8,5 %) (AFACOM, 2020, p. 23).

Estos hallazgos evidencian la necesidad de sustentar la formación profesional en una comprensión sólida del campo de la comunicación, lo cual se alinea con las exigencias de la profesión. Sin embargo, también se destaca que los profesionales en formación demandan un mayor énfasis en el perfeccionamiento práctico. Esta preferencia sugiere que la fundamentación teórica en los currículos pierde relevancia debido a su aparente desconexión con las dinámicas del mundo actual y a la falta de claridad sobre su contribución a la comprensión de la evolución práctica de la comunicación en el contexto contemporáneo.

Si bien la formación en paradigmas, teorías y modelos propios de la formación teórica en comunicación sigue teniendo mínima vigencia en las universidades que forman profesionales en comunicación, tal formación teórica se ha transformado en lugar de producción discursiva refinada, instrumental sobre las transformaciones socio-culturales, tecnológicas y comunicacionales actuales, en el cual se forman profesionales de la comunicación, a modo de “intelectuales orgánicos” para las corporaciones nacionales o transnacionales. (Sierra Gutiérrez 2016, 48).

Esta instrumentalización de la formación, analizada por Fuentes-Navarro (1992) a partir de Barbero (1990) y Orozco, se manifiesta en los distintos modelos históricos de formación en comunicación en Latinoamérica: el periodista, centrado en habilidades técnicas para los medios; el comunicador como intelectual, orientado a la reflexión crítica; y el comunicólogo, enfocado en la producción académica. Estos modelos, al responder a demandas diversas —de los medios, la academia o las corporaciones—, han profundizado la fragmentación del campo al priorizar enfoques específicos en detrimento de una comprensión integral del profesional, contribuyendo así a la brecha entre la actividad intelectual y la profesionalización, con efectos significativos en la capacidad del campo para abordar la complejidad de la comunicación contemporánea.

Esta fragmentación en los modelos formativos se refleja también en las prácticas alternativas que, como señala Kaplún, buscan un compromiso crítico con los problemas sociales. Kaplún, Gabriel (2019, p. 71) desde ese lugar práctico de la comunicación en un marco alternativo, permite establecer que el hacer comunicativo, responde a un pensamiento crítico, a un activismo que no se funda en la consolidación de un pensamiento de comunicación necesariamente cohesionador, pero desde su práctica crítica asumen un lugar frente a los problemas que la comunicación adquiere en la experiencia social, tales como la desinformación o la exclusión comunicativa.

Sin embargo, el potencial crítico de estas prácticas alternativas se ve limitado por la incapacidad de la actividad intelectual para articular un marco común. Esa es razones de la brecha entre la profesionalización y la actividad intelectual. La segunda, se ha permitido ignorar sus responsabilidades frente a los problemas de comunicación y ante la consolidación de un objeto común capaz de integrar la problematización del campo y responder a la comprensión y la intervención de este. En un mundo con considerables complejidades, en el que se demanda una evolución del pensamiento y la acción, la actividad intelectual posiblemente desde el prejuicio sobre la razón

instrumental, desde la institucionalización de la investigación, sus ambiciones, demandas y lógicas, ha descuidado su razón.

Esta negligencia de la actividad intelectual se manifiesta aún más en la incapacidad dialógica de sus investigadores, los límites frente a la posibilidad de acceder y producir conocimiento la han relegado, su objeto de conocimiento continúa siendo difuso, el conocimiento se produce desde una desconexión con la realidad o sólo en explicación de alguna parte de esta, en desintegración. Lo anterior, puede leerse como una consecuencia de esa brecha, entre la formación profesional y la actividad intelectual, la segunda parece eludir sus responsabilidades de las limitaciones hoy identificadas en la experiencia profesional, desde una crítica recurrente a la vaciedad del ejercicio profesional. Esta responsabilidad intelectual de fundamentar el campo y integrar el conocimiento debe compartirse con la formación profesional, para transformar las condiciones de la experiencia comunicativa actual.

Para superar esta fragmentación y responder a los desafíos comunicativos evidenciados por el activismo crítico y la actividad intelectual, Fuentes-Navarro (2022) propone entender que:

La multifacética comunicación, objeto genérico del estudio, nos ha rebasado y desafiado a quienes la estudiamos. Y por eso creo con otros, que es más importante que nunca reforzar la atención universitaria sobre ella, que es responsabilidad central de los programas universitarios de investigación y formación en comunicación formular de manera más precisa que sea posible cómo interpretar e intervenir y no sólo lo uno o lo otro: no sólo interpretar ni solo intervenir en las diversas y complejas realidades sociales en que en la actualidad la comunicación es una mediación fundamental. (p. 262)

Por tanto, es necesario considerar que los proyectos de formación de profesionales del campo deben sustentarse en la comprensión académica de la comunicación humana, fundada como lo expresa Fuentes-Navarro (2023) el rigor, que permite no actuar con prisa,

sino desde la investigación y comprensión de lo que sucede con la comunicación en un mundo que avanza sin control en proveer interacción, en el que la experiencia de comunicación con sus matices parece devorar el derecho humano desde la conciencia y la libertad.

Ante esta fragmentación, la formación profesional debería centrarse en el descubrimiento de una responsabilidad fundamental: ampliar el ejercicio de los derechos comunicativos entre las personas. Aunque esta misión suele relegarse, sigue siendo esencial. Según Fuentes-Navarro (2023), entender la formación universitaria como un desafío ético requiere una educación lo más amplia y profunda posible, pues solo una formación sólida e interdisciplinaria permite una especialización eficiente que integre los factores de la comunicación de manera flexible y contextual, en lugar de aislarlos. No obstante, esta tensión entre el pensamiento y la profesionalización debe analizarse considerando la diversidad de sujetos, realidades territoriales, económicas y políticas que configuran el escenario comunicativo. Así, la profesionalización no solo responde a demandas hegemónicas de usos y prácticas, sino también a proyectos locales e identitarios.

Como señala Kaplún (2019, p. 71), mientras se desarrollaban debates entre críticos y culturalistas, “un grupo de comunicadores, desde los 70 y hasta entrados los 90, estaba preocupado por una cuestión práctica: cómo generar alternativas a la comunicación dominante”. Esta búsqueda de alternativas, vigente hoy, exige una formación ética e interdisciplinaria que integre la práctica crítica con los contextos locales, fortaleciendo la capacidad del campo para superar la brecha entre profesionalización y actividad intelectual.

EL DEVENIR TECNOLÓGICO Y LA PRECARIEDAD LABORAL

El devenir tecnológico ha transformado profundamente nuestra experiencia de mundo, al ampliar las dimensiones social, económica, política y cultural de la interacción humana, facilitando el acceso al conocimiento, la evolución del pensamiento colectivo,

y la reconfiguración de la organización social. Sin embargo, estas transformaciones plantean un cuestionamiento crucial para el campo de la comunicación: ¿Cómo responder a un contexto sociocomunicacional donde la tecnología, si bien potencia la producción e intercambio de sentidos, genera incertidumbre, precariedad laboral y una comprensión instrumentalizada de la comunicación? La fragmentación de los oficios comunicativos, el objeto de conocimiento difuso del campo, y la respuesta reactiva a los desarrollos tecnológicos, como señala el análisis de la precarización en Latinoamérica, exigen un pensamiento comunicacional que trascienda la adaptación técnica.

Frente a este impacto transformador de la tecnología, el campo de la comunicación debe responder con un enfoque que equilibre el hacer y el saber comunicacional en un contexto de creciente complejidad. Las transformaciones que el devenir tecnológico generan sobre la experiencia de interacción humana demandan para el campo de la comunicación, dos condiciones fundamentales: por un lado, la capacidad de aprovechar el potencial comunicacional que sustenta la producción y el intercambio de sentidos; y, por otro, la interpretación de dichas transformaciones, de esa experiencia comunicacional y de las implicaciones humanas que en ellas se derivan. Es decir, el hacer comunicación y el saber comunicacional para el actual contexto sociocomunicacional.

Las transformaciones tecnológicas actuales, que amplifican la interacción humana y reconfiguran el intercambio de sentidos, generan un contexto sociocomunicacional marcado por la incertidumbre. En este escenario, surge una pregunta fundamental: ¿Cuál es el lugar de los profesionales de la comunicación frente a un campo cada vez más fragmentado y en constante cambio? La indefinición del objeto de conocimiento, junto con la creciente instrumentalización de las prácticas comunicativas —evidente en la precarización laboral y en respuestas meramente reactivas ante los avances tecnológicos—, limita la capacidad de los comunicadores

para interpretar críticamente las transformaciones sociales y aprovechar plenamente el potencial del acto comunicacional.

Esta incertidumbre se enmarca en una serie de condiciones estructurales que atraviesan el campo de la comunicación en América Latina. Entre ellas, destacan la democratización del acceso a los recursos comunicacionales; el desarrollo tecnológico, que impulsa la fragmentación de los oficios del sector y reemplaza ciertas tareas operativas antes desempeñadas por profesionales; una formación académica orientada principalmente a satisfacer las demandas del mercado; la disminución del interés en las carreras de comunicación; y el ejercicio profesional basado en una lógica instrumental, que debilita la confianza social en el rol de comunicadores y periodistas

Desde estudios como los de Rodelo, Minor Montes y Rivera Lugo (2024), Frutos y Sanjurjo (2022), Hidalgo Paz (2021), Afacom (2020), y Oller y Chavero (2021), se ha abordado la precariedad laboral que enfrentan los profesionales del campo de la comunicación, en particular quienes ejercen el periodismo, en diversos contextos latinoamericanos. Estos trabajos identifican algunas de sus manifestaciones y condiciones estructurales, aunque se precisan mayores abordajes. En el marco de este ensayo, la precarización se vincula con esa tensión que se viven entre la práctica y el pensamiento comunicacional en América Latina.

En este escenario de transformaciones impulsadas por el desarrollo tecnológico, se evidencia que el campo de la comunicación no ha logrado consolidar un pensamiento comunicacional que trascienda la reacción adaptativa ante cada nueva innovación. Esta limitación se vincula, por un lado, con la naturaleza difusa de su objeto de conocimiento; por otro, con su papel histórico en la transformación de las realidades sociales y su inseparable dimensión instrumental en la configuración de la experiencia colectiva. Sin embargo, el mayor obstáculo radica en la omnipotencia que se le atribuye a cada avance tecnológico, lo que condiciona los abordajes sobre la comunicación

desde una lógica tecnocéntrica y limita su comprensión crítica.

La comunicación se encuentra viciada en su interpretación, porque se le ha asignado una relación de subordinación con los recursos a su servicio, sobre esa noción se ha forjado un rol instrumental en su comprensión, que no aporta a una experiencia humana, que demanda un juicio superior de la misma, que permita hoy enfrentar las complejidades de un escenario sociocomunicacional desbordado desde el potencial instrumental de la comunicación, manipulado desde unos lugares, pauperizado desde otros.

El planteo de este ensayo se suscribe sobre la necesaria revisión a la comprensión de la comunicación en el ámbito de los estudios comunicativos, sin la subordinación a los recursos al servicio de esta. “El error está en pensar que las comunicaciones resolverán los problemas de interacción humana, que un mejor cableado eliminará los fantasmas”(Peters, 2015, p. 25). El desarrollo de los recursos siempre estará implicado en la experiencia de intercambio comunicativo, moldeándola; pero este proceso es de seres humanos que transforman su vida desde el perfeccionamiento de esta práctica comunicativa, que necesitan, desde su condición racional, coexistir, reconocer al otro, comunicarse con el otro, construir con el otro. El uso de los recursos a su servicio, y la sujeción a los mismos del humano, se suscribe a los límites que pueda encontrar en esa racionalidad. En este sentido, la investigación en el campo debe contribuir a comprender estas dinámicas, evitando que la comunicación quede reducida a su dimensión instrumental.

Esta transformación técnica de la comunicación, impulsada por los medios modernos, ha reconfigurado profundamente la experiencia humana. Como afirma Peters (2015):

Los medios modernos han alterado para siempre el significado del antropomorfismo; su gran importancia social, que a menudo fue objeto de debate a lo largo de ese siglo, no reside tanto en las preocupaciones sociales clásicas —las consecuencias en

los niños, la representación de las mujeres, la transformación de la política o la difusión de la cultura de masas— como en sus reordenamientos de nuestro ser corporal, en tanto que individuos y cuerpos políticos. (p. 222)

Por ello, el campo de la comunicación debe asumir su responsabilidad ante un contexto sociocomunicativo marcado por el avance tecnológico, la brecha tecnológica, el apaciguamiento humano, los poderes en busca de control, los propósitos capitalistas y las necesidades realistas para la supervivencia humana. Tiene la obligación de reafirmar la comunicación como un proceso humano, revisando su instrumentalización para trascenderla hacia una práctica que potencie la capacidad humana de conexión, reflexión y creación colectiva.

Para detener la precarización del campo, es imperativo fortalecer la formación profesional, consolidar la investigación para develar los logros y limitaciones de los abordajes comunicativos en este escenario complejo, promover condiciones que enriquezcan la producción de sentido, fomentar un consumo global crítico y consciente, y potenciar la experiencia humana de interacción, desde el conocimiento como recurso para desatar su dimensión potencial.

- CONCLUSIONES -

La reflexión sobre la práctica y el pensamiento de la comunicación en Latinoamérica, en el marco del debate sobre su científicidad y las condiciones actuales del campo, revela un escenario de contrastes: un campo joven y dinámico, enriquecido por su diversidad territorial y sus aportes únicos, pero también fragmentado por tensiones históricas y contemporáneas. Este análisis ha permitido identificar las características que configuran el hacer y el saber comunicacional en la región, marcadas por la interacción entre influencias exógenas, realidades locales, y un devenir tecnológico que desafía la comprensión de la comunicación como un proceso humano.

Los logros y limitaciones del campo responden a condiciones específicas: la juventud de la comunicación como disciplina en Latinoamérica, que dificulta su consolidación teórica; las influencias teóricas foráneas, que contrastan con las necesidades de la región; la diversidad de experiencias sociales, económicas y políticas del continente, que enriquecen pero fragmentan sus prácticas; y la apropiación crítica de la comunicación por parte de intelectuales latinoamericanos, que han dado forma a un pensamiento propio. Estas condiciones han generado un campo vibrante, pero también disperso, donde la indefinición del objeto de conocimiento y la desarticulación entre la actividad intelectual y la profesionalización agravan la brecha que limita su desarrollo.

En este contexto, los aportes latinoamericanos destacan como un pilar de resistencia y creatividad. La reformulación de la comunicación para el desarrollo en enfoques alternativos, populares y orientados al cambio social, junto con políticas de comunicación que promueven la participación y el empoderamiento de comunidades marginadas, han posicionado a la región como un referente en la construcción de prácticas comunicativas inclusivas. Estas iniciativas, mediadas por la experiencia cultural, han visibilizado realidades silenciadas y fortalecido el derecho humano a la comunicación, demostrando el potencial transformador del campo.

Sin embargo, estas conquistas se enfrentan a tensiones que fragmentan el campo y comprometen su futuro. La ideologización de la comunicación, la influencia reactiva a modelos globales, y el uso instrumental, profundamente arraigado en el devenir tecnológico, han dispersado la investigación y desarticulado el hacer y el saber comunicacional. Este uso instrumental, anclado tanto a fuerzas hegemónicas que buscan control como a prácticas reivindicativas que fomentan resistencia, es una dinámica central del contexto sociocomunicativo actual. La precariedad laboral y una formación centrada en demandas del mercado agravan esta brecha, evidenciando la necesidad de estudiar el rol de la instrumentalización para comprender sus implicaciones en la experiencia comunicativa.

Frente a estos desafíos, Fuentes-Navarro (2022, 2024) propone un enfoque riguroso para consolidar el campo, centrado en modelizar la realidad comunicativa desde las particularidades latinoamericanas. Como afirma, “la búsqueda, recursiva y reflexiva, de consistencia del conocimiento sobre la comunicación implica que la comunicación como objeto de conocimiento es resultado de un trabajo de modelizar la realidad” (Fuentes-Navarro, 2022, p. 258). Esta propuesta, que define el estudio de la comunicación como la “producción social de sentido sobre la producción social de sentido” (Fuentes-Navarro, 2022, p. 258), ofrece un marco para analizar el uso instrumental como parte de las dinámicas de poder y resistencia, mientras se trasciende hacia una comprensión más amplia de la comunicación como proceso humano, dialógico, y contextual.

En este escenario de transformaciones impulsadas por el desarrollo tecnológico, se evidencia que el campo de la comunicación no ha logrado consolidar un pensamiento comunicacional que trascienda la reacción adaptativa ante cada nueva innovación. Esta limitación se vincula, por un lado, con la naturaleza difusa de su objeto de conocimiento; por otro, con su papel histórico en la transformación de las realidades sociales y su inseparable dimensión instrumental en la configuración de la experiencia colectiva. Sin embargo, el mayor obstáculo radica en la omnipotencia que se le atribuye a cada avance tecnológico, lo que condiciona los abordajes sobre la comunicación desde una lógica tecnocéntrica y limita su comprensión crítica.

En conclusión, el campo de la comunicación en Latinoamérica atraviesa un momento crítico, marcado tanto por su riqueza histórica como por profundos desafíos estructurales. Comprender el uso instrumental de la comunicación —tanto en sus expresiones hegemónicas como en sus formas reivindicativas— es fundamental para desentrañar su impacto en las dinámicas actuales, como proponen autores como Sierra Gutiérrez (2016) y Peters (2015). No obstante, trascender esta lógica exige integrar la práctica crítica, como plantea Kaplún (2019), y una formación ética e interdisciplinaria, en

línea con Fuentes-Navarro (2023), que articule el hacer y el saber desde los contextos locales.

Fortalecer las redes académicas, consolidar la investigación, y promover políticas que garanticen el derecho a la comunicación permitirá al campo no solo robustecer su identidad científica, sino también contribuir a una comunicación más humana, inclusiva y transformadora. En un mundo moldeado por el avance tecnológico, América Latina tiene la oportunidad de liderar un pensamiento comunicacional que reconozca al otro, construya con el otro, y fomente la coexistencia desde la libertad, la conciencia y el compromiso con las realidades del continente.

No se trata de aislarlo ni de promover un pensamiento puritano de la comunicación como ciencia, pero tampoco de reducirla a un hacer instrumental vacío. Se trata de avanzar hacia un equilibrio: generar condiciones que fortalezcan el campo desde las redes académicas de comunicación latinoamericana, las instituciones educativas, los medios públicos, privados y alternativos, así como desde el compromiso activo de los comunicólogos. Este esfuerzo debe orientarse a devolverle a la comunicación su lugar como campo de conocimiento profundo de una experiencia colectiva humana, promoviendo una labor profesional e intelectual comprometida con generar capacidades para la producción de sentido y la interpretación crítica de la experiencia.

Valorar la identidad y las condiciones propias es fundamental, pero también lo es contar con la capacidad de integrarse a una dinámica global que impone nuevos usos, amplía brechas —de acceso, de producción y de comprensión del sentido— y exige una conciencia más aguda sobre el acto comunicativo. En este marco, pensar la comunicación latinoamericana implica abrirse al diálogo con la experiencia global, desde una ética situada y una sensibilidad crítica que apueste por el encuentro, la reflexión y la transformación.

- REFERENCIAS -

- Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación (Afacom). (2020). Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo: Informe ejecutivo de la investigación. Afacom.
- Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo. Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación, 4(8), 53–76.
- Blanco-Herrero, D., Oller Alonso, M., & Arcila Calderón, C. (2020). Las condiciones laborales de los periodistas iberoamericanos: Diferencias temporales y geográficas en Brasil, México, Chile, España y Portugal. Comunicación y Sociedad. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7636>
- Barranquero, A., Arcila Calderón, C., & Arroyave Cabrera, J. (2017). Manual de teoría de la comunicación II: Pensamientos latinoamericanos (2.^a ed.). Editorial Universidad del Norte. <https://doi.org/10.2307/j.ctt2050w28>
- De Frutos García, R., & Sanjurjo, S. (2022). Impacto del COVID-19 en el periodismo latinoamericano: Entre la precariedad laboral y las secuelas psicológicas. Cuadernos.info, (51), 114–136. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.27329>
- Fuentes Navarro, R. (2014). La investigación de la comunicación en América Latina: Una internacionalización desintegrada. Oficios Terrestres, 1(31), 11–22. <http://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2424>
- Fuentes Navarro, R. (2024, octubre 30). Comunicación, prácticas de interpretación y de intervención sociocultural [Conferencia]. Universidad del Cauca, Popayán, Colombia.

Hidalgo Paz, D. M. (2021). Realidades laborales del egresado de comunicación social: Entre el posicionamiento de la profesión en el mercado laboral y las capacidades del graduado. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, (21). <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/6323>

Karam, T. (2008). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Razón y Palabra*, 61.

Martín-Barbero, J. (1998). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. *Convenio Andrés Bello*

Martín Serrano, M. (1982). Epistemología de la comunicación. En J. L. Piñuel Raigada, J. Gracia Sanz, & M. A. Arias Fernández (Eds.), *Teoría de la comunicación* (Vol. VIII, 2.^a ed. revisada y ampliada, pp. 18–105). Cuadernos de la Comunicación

Muñoz Uribe, J. F. (2021). Prospectiva de la formación en comunicación y periodismo en América Latina [Tesis doctoral, Universidad de Huelva]. Universidad de Huelva

Navarro, R. F. (2023). 50 años de estudios de comunicación: Trayectorias académicas cruzadas. *Matrizes*, 16(3), 237–250. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v16i3p237-250>

Rodelo, F. V., Minor-Montes, M., & Rivera-Lugo, N. (2024). Precariedad en el empleo periodístico: Dimensiones y factores predictores. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82. <https://doi.org/10.4185/rllcs-2024-2233>

Oller, M., & Chavero, P. (2015). La percepción de los factores de influencia de los periodistas dentro de la cultura periodística de Ecuador. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 8(1), 81–104. <https://doi.org/10.12804/disertaciones.01.2015.04>

- Peters, J. D. (2017). Hablar al aire: Una historia de la idea de comunicación [e-book]. Fondo de Cultura Económica.
- Sierra Gutiérrez, L. I. (2016). La paradójica centralidad de las teorías de la comunicación: Debates y prospectivas. *Palabra Clave*, 19(1), 15–56. <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.1.2>
- Uribe, J. F. M. (2021). Prospectiva de la formación en comunicación y periodismo en América Latina [Tesis doctoral]. Universidad de Huelva.
- Vassallo de Lopes, M. I., & Fuentes Navarro, R. (Coords.). (2005). Comunicación: Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. ITESO.
- Williams, R. (1992). Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. *Historia de la comunicación*, 2, 181–209.

CAPÍTULO 3

DE LAS ARTES LIBERALES A LA COMUNICACIÓN: UNA MIRADA EPISTEMOLÓGICA

RINA SOSA

CITAR COMO

Sosa, R. (2025). De las artes liberales a la comunicación: Una mirada epistemológica. En C. E. Andraus Quintero (Comp.), *Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación* (pp. 55-78). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17650514>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17650514>

DE LAS ARTES LIBERALES A LA COMUNICACIÓN: UNA MIRADA EPISTEMOLÓGICA

Autora

Rina Sosa

<https://orcid.org/0009-0005-8475-6001>

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador

rina_sosa@yahoo.com

- INTRODUCCIÓN -

La comunicación ha evolucionado de manera significativa en las últimas décadas, consolidándose como un campo interdisciplinario que integra enfoques de las ciencias sociales, las humanidades y, más recientemente, la tecnología. Sin embargo, a pesar de este desarrollo, persisten desafíos epistemológicos que ponen en cuestión su estatus como disciplina científica autónoma. La falta de consenso sobre sus fundamentos teóricos, metodológicos y aplicaciones plantea un fenómeno preocupante: ¿cómo se ha consolidado la comunicación como disciplina científica en la actualidad y cuál es su impacto en los ámbitos profesionales, de investigación y docencia?

Este ensayo se enmarca en la necesidad de comprender la evolución y el estado actual de la comunicación como ciencia, no sin antes hacer un repaso por mi concepción de la comunicación antes de la clase Epistemología de la Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar con la influencia de las artes liberales, para luego explorar los fundamentos epistemológicos, así como su impacto en

la enseñanza y la práctica profesional y terminar planteando algunos de los desafíos que enfrenta en la actualidad.

Ante este panorama, el objetivo general del ensayo es hacer un repaso de la consolidación de la comunicación como disciplina científica en la actualidad con los autores y teorías con los que más me identifiqué durante la clase, identificando sus fundamentos y luego su impacto en los ámbitos profesionales, de investigación y docencia. De manera específica, se busca:

1. Explorar el impacto de las artes liberales en la construcción del conocimiento en comunicación, analizando cómo el trivium y el quadrivium han sido la base de su epistemología.
2. Examinar algunos de los fundamentos epistemológicos y metodológicos que han permitido la consolidación de la comunicación como ciencia.
3. Evaluar la aplicación de la comunicación en ámbitos profesionales, académicos y de investigación.
4. Analizar los desafíos y oportunidades que enfrenta la comunicación como ciencia en la era digital, considerando su adaptación a nuevas tecnologías.

En definitiva, este ensayo busca hacer un repaso de lo aprendido y del contenido de epistemología de la comunicación con el que me identificado.

- DESARROLLO -**LAS ARTES LIBERALES Y SU INFLUENCIA EN LA EPISTEMOLOGÍA DE
LA COMUNICACIÓN****El primer acercamiento de las artes liberales con la comunicación**

Desde los inicios de la humanidad, el hombre ha sentido una profunda curiosidad por entender el mundo que lo rodea. En esta búsqueda del conocimiento, surgieron el lenguaje y los números, es así como, durante la antigua Grecia, los eruditos comenzaron a explorar aspectos holísticos vinculados a las ciencias naturales (Ortega, 2022).

En la edad media, se organizan las ciencias en gramática, retórica y lógica (trívium) y se organizan la aritmética, geometría, música y astronomía (quadrivium) que fue la forma organizada de instruir a las élites de la época y surge el término de artes liberales y con ello el sistema de educación que prevaleció en Europa hasta el siglo 19 (Blog, 2024).

Desde la antigüedad, el trívium ha sido la columna vertebral del desarrollo intelectual en occidente, estableciendo un modelo de enseñanza que enfatizaba la precisión del lenguaje, la coherencia del pensamiento y la persuasión en la comunicación ahora esencial para comprender los modelos de la cultura y comunicación humana.

Con el surgimiento del quadrivium las artes liberales expandieron su alcance más allá del lenguaje y la argumentación para incluir estructuras matemáticas y patrones de orden que han influido en la evolución de los modelos de comunicación.

Hoy en día las artes liberales siguen vinculadas al entendimiento, incluso se han incorporado otras ciencias y continúan ligadas a la

enseñanza, por ejemplo, la Universidad San Francisco de Quito (2025) promueve este modelo en su enseñanza y señala que:

El término Artes Liberales hace referencia a las disciplinas que liberan al ser humano, que le impulsan a realizarse a sí mismo y a desarrollar sus capacidades. Son una manera de concebir la educación que le da al estudiante libertad de acción y le brinda la oportunidad de lograr su potencial humano. Desde el punto de vista curricular, se caracterizan por una amplitud de enfoque, por su apertura a diversas disciplinas. Como método pedagógico, consideran al estudiante no como un mero receptor de información, sino, y ante todo, como un ser humano al que se le estimula para que piense, actúe, cuestione y dude. Todo esto a través de un constante diálogo.

Desde esta formación y empíricamente llego a la clase entendiendo a la comunicación como un proceso que no solo transmite información, sino que fomenta la libertad intelectual y el desarrollo del pensamiento crítico. En este sentido, para mí la comunicación no es un acto unidireccional, sino un espacio de construcción del conocimiento en el que el individuo, debe cuestionar, reflexionar y participar activamente. Desde este enfoque, la comunicación se convierte en un mecanismo de empoderamiento que impacta la investigación y la práctica comunicativa, ya que fomenta la producción de discursos más estructurados, argumentados y éticamente responsables, consolidando así la comunicación como un campo científico amplio con impacto social y académico.

Relación de las artes liberales con el pensamiento comunicacional

Las artes liberales han demostrado ser la base del pensamiento comunicacional al proporcionar los fundamentos epistemológicos para la comprensión, estructuración y transmisión del conocimiento. Desde su concepción, la arista del tríumvirato de las artes liberales ha estado relacionada con la comunicación. La gramática, la lógica y la retórica son elementos que han prevalecido hasta el día de hoy en la comunicación.

Entendiéndose al lenguaje como elemento esencial de la gramática podríamos decir que es fundamental para reproducir la vida cotidiana ya que ayuda en la comunicación de significados, y el entendimiento nuestra identidad y la de los demás (Rizo, 2015). La comunicación depende del lenguaje como mecanismo de significación y que da sentido a la interacción entre humanos, dicho de otro modo, el lenguaje es una pieza fundamental en la construcción del conocimiento y de la estructura social.

La lógica es otro de los elementos fundamentales del pensamiento comunicacional, es la que da la estructura a las ideas, la que determina ordenes de entrada y salida en la comunicación, es el raciocinio en las dos vías de la comunicación para que el mensaje se entienda y se procese. (Habermas, 1981) habla de una argumentación lógica en la comunicación racional en la esfera pública. También menciona a un discurso argumentativo.

La retórica desde la visión aristotélica, ha sido el eje central de la comunicación persuasiva, fundamentada en los pilares de la credibilidad del emisor (ethos), emocionalidad del discurso (pathos) y estructura lógica y argumentativa (logos) (Aristóteles 1998). Bajo esa línea podemos decir que la retórica no solo busca persuadir, sino que también estructura la forma en que los mensajes son construidos y percibidos por las audiencias. Actualmente la retórica ha cobrado valor en el análisis de discursos políticos y publicitarios, en los que el dominio de las estrategias retóricas determina la eficacia del mensaje y su impacto en las audiencias.

Estas disciplinas han sido esenciales para el desarrollo de la comunicación, desde su aplicación en la oratoria clásica hasta su impacto en la comunicación digital contemporánea. Sin estos principios, la interacción humana carecería de estructura, claridad y capacidad de impacto, lo que confirma que el trivium es el núcleo fundamental de cualquier proceso comunicativo.

De otro lado, las ciencias del quadrivium: aritmética, geometría, música y astronomía también se han relacionado con el pensamiento de la comunicación. Han estado fundamentando el mundo de los números, es así como con la llegada de los algoritmos de la era digital, las métricas aritméticas son las que permiten medir y optimizarla los mensajes, actividad crucial para el estudio de la comunicación de las masas y comunicación política (Van Dijk, 2018).

La geometría ha sido fundamental en la distribución de los elementos de la comunicación dentro de un espacio. Por ejemplo, la organización de los signos en un mensaje no solo tiene un significado directo, sino que también cuenta con un significado culturalmente construido que trasciende su representación inmediata (Pérez Martínez, 2008). Por esta razón, es esencial que estos elementos estén dispuestos de manera geométrica para que mantengan su significancia dentro de la comunicación.

Hoy en día, la música no solo se escucha; se experimenta en combinación con imágenes, creando un contenido que capta la atención de millones en cuestión de segundos. Plataformas como TikTok han revolucionado la manera en que consumimos y compartimos música, permitiendo que fragmentos de canciones se conviertan en fenómenos virales. Este fenómeno no solo refleja la capacidad de la música para resonar con las emociones de la gente, sino también su potencial para convertirse en un medio poderoso de comunicación y expresión cultural en la era digital.

De acuerdo con el planteamiento cronológico realizado, podríamos afirmar que el pensamiento de la comunicación está intrínsecamente ligado a las artes liberales, ya que estas últimas no solo proporcionan un marco teórico y práctico para el desarrollo de la comunicación, sino que también enriquecen su naturaleza y alcance. Las artes liberales, que tradicionalmente incluyen disciplinas como la gramática, la retórica, la lógica, la música, la geometría, la aritmética y la filosofía, ofrecen herramientas fundamentales que permiten a los individuos

expresar sus ideas y emociones de manera efectiva y creativa en el proceso de la comunicación.

Al analizar cómo se interrelacionan ambos conceptos, es evidente que la comunicación no se limita a la mera transmisión de información; se convierte en un arte en sí misma, donde el uso de técnicas y principios provenientes de las artes liberales puede elevar la calidad del intercambio comunicativo. Por ejemplo, la retórica juega un papel crucial en la persuasión y la elocuencia, mientras que la lógica proporciona un fundamento sólido para argumentar y debatir ideas.

Tal como lo señala Karam Cárdenas (2017) la mayoría de los investigadores reconocen que los métodos y técnicas de la comunicación son los propios de las ciencias sociales y humanidades y en esta última estaría la base de las artes liberales.

INTRODUCCIÓN A LA EPISTEMOLOGÍA Y A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

La epistemología de la comunicación surge en la posguerra, un periodo marcado por la transformación de las ciencias y la aparición de nuevos enfoques teóricos que integran la noción de información como un elemento central. Este desarrollo permite una reconfiguración del conocimiento, donde la comunicación se establece como un saber integrador y multidimensional. De esta manera, se busca establecer conexiones entre las ciencias naturales y sociales, promoviendo un diálogo interdisciplinario que enriquece la comprensión de fenómenos complejos. La comunicación se convierte en un puente que no solo facilita el intercambio de información (Karam Cárdenas, 2007).

Siguiendo la línea de las artes liberales la comunicación debería ser considerada una disciplina dentro de las ciencias sociales que se

enfoca en las interacciones humanas a través de diversos medios de expresión, ya sean verbales, no verbales o escritos. Para investigar cómo se emiten, se reciben y se interpretan los mensajes en diferentes contextos culturales y sociales. Con lo cual, se busca comprender no solo la efectividad de la comunicación, sino también cómo las dinámicas de poder, la cultura y la tecnología influyen en nuestras interacciones (Van Dijk, 2019).

Parafraseando a José Luis Piñuel (1986) la epistemología se ocupa de la naturaleza, el origen y los límites del conocimiento en este caso de la comunicación. Se centra en saber cómo adquirimos conocimiento, qué significa realmente conocer algo y cuáles son las fuentes y la validez de nuestras creencias. En este contexto, la epistemología no solo se interesa por el conocimiento científico, que se basa en métodos sistemáticos y verificables, sino también por el conocimiento vulgar, que se refiere a las creencias y percepciones cotidianas que las personas tienen sobre el mundo. Este último, aunque puede ser menos riguroso, es igualmente importante para entender cómo las personas interpretan su realidad y toman decisiones en su vida diaria.

Un aspecto interesante y debatido de la teoría de la comunicación es su clasificación y el alcance de su estudio. Algunos académicos argumentan que debería considerarse como una ciencia social más, enfocada en las relaciones humanas y sus contextos, mientras que otros proponen que debiese ser vista como una teoría de la sociedad, ya que abarca cuestiones más amplias sobre cómo las formas de comunicación afectan la estructura social, la cultura y las normas colectivas. Este debate subraya la relevancia de la comunicación en la configuración de la sociedad y cómo, a través de ella, se construyen realidades compartidas.

Sin lugar a duda, con el transcurrir del tiempo, la aparición de otras ciencias y diversas posiciones filosóficas, la epistemología se ve conflictuada en su búsqueda por definir y comprender el

conocimiento. A medida que surgen nuevas disciplinas y enfoques teóricos, se plantean preguntas fundamentales sobre la naturaleza del saber, su origen y su validez. Este contexto dinámico provoca un debate constante entre diferentes corrientes del pensamiento, lo que enriquece el estudio epistemológico, pero también genera tensiones y desafíos que deben ser abordados para avanzar en la comprensión de cómo se construye el conocimiento en un mundo cada vez más complejo y multidimensional.

ALGUNAS TEORÍAS EPISTEMOLÓGICAS DE LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA

Establecer una única línea que sustente la comunicación resulta complicado debido a la complejidad de los modelos de comunicación y a la diversidad de criterios de los estudiosos que los abordan. Cada modelo de comunicación presenta diferentes enfoques y teorías que intentan explicar cómo se produce el intercambio de información entre individuos. Además, estos modelos se ven influenciados por una variedad de factores sociales, culturales y contextuales que pueden alterar significativamente el mensaje que se desea transmitir. Por otro lado, las personas que participan en el proceso de comunicación tienen sus propias experiencias, percepciones y formas de interpretar la información. Esta diversidad de criterios no solo complica la comprensión mutua, sino que también puede dar lugar a malentendidos y conflictos. En este sentido, es fundamental reconocer que la comunicación es un fenómeno dinámico y multifacético, donde no existe una única verdad absoluta, sino múltiples realidades que coexisten y que deben ser consideradas para lograr una interacción efectiva (Rodrigo, 2005).

Sin embargo, se abordan solo algunos de los fundamentos epistemológicos de la comunicación como ciencia, los cuales nos ayudan a comprender su complejidad y su impacto en la sociedad. Estas contribuciones no solo han enriquecido mi perspectiva, sino

que también me han permitido identificarme con ciertas corrientes de pensamiento que resuenan con mis intereses personales y profesionales. Al analizar sus enfoques, se revela la diversidad de métodos y enfoques que pueden aplicarse al estudio de la comunicación, lo que a su vez abre un abanico de posibilidades para investigar y entender mejor cómo nos relacionamos y construimos significados en nuestro entorno a partir de la comunicación.

Desde la legitimación académica el modelo de comunicación de Shannon y Weaver desarrollado en el contexto de la teoría de la información propone un esquema lineal basado en la transmisión de mensajes desde un emisor a un receptor a través de un canal, afectado por posibles ruidos y mediado por un proceso de codificación y decodificación desde una perspectiva. Desde la epistemología de la comunicación, este modelo ha sido criticado por su enfoque mecánico, ya que privilegia la transmisión de señales sobre la construcción de significado. Sin embargo, su estructura ha influido en modelos posteriores que integran dimensiones socioculturales y pragmáticas (Rodrigo, 2005).

Raúl Fuentes Navarro (1997) propone una visión innovadora en el ámbito del estudio de la comunicación, al abogar por una postdisciplinariedad que desafía las fronteras tradicionales que han separado las diversas especialidades en este campo. Esta perspectiva se aleja de las estructuras rígidas y jerarquizadas que han dominado la academia, promoviendo en cambio una integración más fluida de conocimientos y enfoques.

La postdisciplinariedad según Fuentes (1997), permite abordar la comunicación de manera más holística y dinámica, considerando la influencia de las nuevas tecnologías que transforman constantemente la manera en que nos comunicamos. Además, toma en cuenta los procesos urbanos, que reflejan la complejidad de las interacciones sociales en entornos cada vez más interconectados y diversos. Asimismo, se enfoca en los movimientos sociales, que

son fundamentales para entender cómo se producen y circulan los mensajes en contextos de cambio y resistencia.

Esta propuesta no solo busca enriquecer el estudio de la comunicación, sino que también responde a la necesidad de integrar múltiples enfoques y disciplinas que permitan una comprensión más profunda y matizada del fenómeno comunicativo. En un mundo en el que los límites entre lo digital y lo analógico, lo local y lo global, están cada vez más difusos, la postdisciplinariedad se presenta como una herramienta valiosa para los investigadores y académicos que desean captar la riqueza y complejidad de las prácticas comunicativas contemporáneas. La invitación de Fuentes Navarro (1997) es a trascender las limitaciones del pensamiento disciplinario tradicional, abriendo espacios para el diálogo y la colaboración entre diferentes áreas del conocimiento.

De acuerdo con el análisis realizado por Karam Cárdenas (2007) en su obra Epistemología y comunicación: notas para un debate, se plantea una interesante perspectiva sobre la posición de Martín Serrano en el ámbito de la comunicación. Este análisis sugiere que la comunicación puede ser vista como un saber integrador que tiene el potencial de unir y relacionar las ciencias naturales y las ciencias sociales, dos campos que a menudo son considerados de manera separada.

Según la interpretación del autor sobre el pensamiento de Martín Serrano, la comunicación no es simplemente un medio para transmitir información, sino que se configura como un macrosistema que permite a los individuos y a las sociedades comprender de manera más profunda tanto la realidad natural como la social. Este enfoque resalta la importancia de la comunicación en el proceso de aprendizaje y entendimiento del mundo que nos rodea, sugiriendo que a través de ella podemos obtener una visión más holística de los fenómenos que impactan nuestras vidas.

Además, es fundamental destacar que, según esta interpretación, la comunicación no deriva ni se limita a ninguna de las ciencias específicas, lo que implica que posee una autonomía y un valor propio en el estudio de la realidad. Este punto de vista invita a reflexionar sobre la interconexión entre diferentes disciplinas y cómo la comunicación puede servir como un puente que facilita la integración del conocimiento, promoviendo un diálogo continuo entre las ciencias naturales, que estudian los fenómenos físicos, biológicos y las ciencias sociales, que examinan las dinámicas humanas y culturales.

Jesús Galindo (2004) impulsa la comunicología como una ciencia interdisciplinaria que estudia la comunicación desde un paradigma sistémico-constructivista. Esta propuesta teórica representa un enfoque innovador que no solo se limita a analizar la comunicación desde sus aspectos más superficiales, sino que se adentra en la complejidad de las interacciones humanas y los contextos culturales en los que estas se desarrollan.

La comunicología, tal como la concibe Galindo, integra diversas disciplinas y saberes, lo que la convierte en un campo de estudio rico y diverso. Entre las disciplinas que se entrelazan en esta ciencia se encuentran la sociología, la psicología, la antropología, la semiótica y la teoría de sistemas, entre otras. Al hacerlo, la comunicología pone en el centro de su análisis los medios de comunicación y la interacción cultural, reconociendo que la comunicación no ocurre en un vacío, sino que está profundamente influenciada por el entorno social y cultural en el que se produce.

Este enfoque sistémico constructivista implica que la comunicación es vista como un proceso dinámico y en constante evolución, donde los sujetos no solo son receptores pasivos de información, sino participantes activos que construyen significados a través de sus interacciones. Así, la comunicología busca comprender cómo los individuos y las comunidades crean, interpretan y transforman los

mensajes en un mundo cada vez más interconectado y mediado por la tecnología.

Según Michel Serres (2013), las ciencias sociales se relacionan con la comunicación de manera intrínseca y fundamental. Serres considera la comunicación como un metamodelo que cruza y articula las denominadas ciencias sociales, como la historia, la sociología, la antropología, la psicología, la economía, las bellas artes y la literatura. La comunicación no solo sirve como un punto de partida para estas disciplinas, sino que también actúa como una condición fundacional que permite la generación de sentido y la validación de sus productos.

Serres (2013) argumenta que la comunicación es un recurso heurístico que, al convertirse en objeto de estudio, enfrenta la necesidad de revisarse a sí misma y sus productos. Esto implica una ruptura de las fronteras tradicionales entre disciplinas, promoviendo una perspectiva transdisciplinaria del conocimiento. La comunicación, en este sentido, se convierte en un vehículo dinámico que facilita la mediación entre diferentes campos de actividad humana, permitiendo la creación de un orden y sentido compartido.

Concluyendo a los autores citados, la comunicación se consolida como un campo de estudio dinámico y en constante evolución, en el que convergen diversas perspectivas teóricas y metodológicas. La multiplicidad de modelos y enfoques demuestra su carácter interdisciplinario, lo que dificulta su reducción a una única línea de pensamiento. Lo cierto es que se evidencia la necesidad de integrar conocimientos de distintas disciplinas para comprender la complejidad del fenómeno comunicacional en la sociedad contemporánea. La interacción entre disciplinas permite construir una visión holística del conocimiento y fomentar el diálogo entre enfoques diversos. En este sentido, la comunicación debe ser entendida como un proceso constructivo y transformador, cuya riqueza radica en su capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos, culturales y sociales que moldean la interacción humana.

APLICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ÁMBITOS PROFESIONALES, ACADÉMICOS Y DE INVESTIGACIÓN

Como punto de partida en el ámbito académico se debe reconocer que los jóvenes actuales tienen una relación diferente con la naturaleza y el entorno, siendo más conscientes del medio ambiente y viviendo en un contexto urbano. La cultura y el conocimiento han evolucionado, influenciados por los medios y la tecnología, lo que ha cambiado la forma en que aprenden y se relacionan socialmente (Serres, 2014).

Se discute la necesidad de adaptar la pedagogía a las nuevas tecnologías, así como la transformación de las instituciones tradicionales. Se resalta que la tecnología ha transformado nuestras capacidades cognitivas y la interacción con el conocimiento, permitiendo una nueva forma de pensar más creativa y basada en la intuición.

La sociedad está en un proceso de transformación, donde la evaluación y la retroalimentación son vitales, y el trabajo tradicional está en declive. Las redes sociales están fomentando nuevas formas de organización social y política, mientras que el pensamiento algorítmico emerge como una nueva forma de cognición.

Desde una perspectiva epistemológica, la comunicación en el ámbito académico no solo se limita a la enseñanza, sino que también abarca la producción y difusión del conocimiento. La epistemología de la comunicación busca comprender los fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan la disciplina, permitiendo su aplicación en los procesos educativos. Esta diversidad de enfoques que se viene planteando permite analizar la comunicación desde diferentes ángulos, como la semiótica, la retórica, la teoría de sistemas y la psicología social, entre otros. Cada una de estas aristas ofrecen herramientas únicas para entender cómo se produce y se interpreta el conocimiento de la comunicación en contextos académicos. Por ejemplo, la semiótica es un sistema amplio y complejo que abarca

la cultura. La semiótica, como disciplina, estudia los procesos de significación de la comunicación y ha avanzado significativamente en áreas como la televisión, la publicidad y el cine (Pérez Martínez, 2015).

Otro ejemplo es la retórica, que, dentro del análisis crítico del discurso, examina de manera profunda cómo el lenguaje contribuye a la reproducción del poder en la sociedad. Este fenómeno se manifiesta en diversos contextos, tales como discursos políticos, sociales y mediáticos, donde el lenguaje actúa como una herramienta clave no solo para la persuasión, sino también para la construcción de la identidad y la imagen de marca. A través de la retórica, se pueden identificar las estrategias comunicativas que utilizan los oradores o los medios de comunicación para influir en la opinión pública, moldear percepciones y en última instancia, mantener o desafiar estructuras de poder existentes (Van Dijk 2019). Esto resalta la importancia de un análisis crítico del lenguaje, ya que nos permite entender las dinámicas sociales y el impacto que las palabras tienen en la formación de ideologías y en la configuración de la realidad social.

Desde otro enfoque podríamos hablar de la formación de comunicadores en entornos interdisciplinarios, sobre la comunicación en la metodología de enseñanza y desde muchas otras perspectivas podríamos encontrar muchas más aplicaciones de la comunicación en el ámbito académico. Con lo cual, solo podemos corroborar la amplitud de la comunicación como ciencia que abarca desde la teoría hasta la práctica, y que es esencial no solo en el ámbito académico, sino también en el ámbito profesional.

En este ámbito, la importancia de la comunicación integral y holística en las organizaciones es vital para construir y mantener una imagen corporativa fuerte y sostenible. En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, la manera en que una empresa se comunica con sus diferentes públicos incluyendo empleados,

clientes, proveedores y la comunidad en general juega un papel crucial en su éxito y reputación (Costa, 2000).

Por ello, es necesario mirar a la empresa como un sistema de comunicaciones que no solo se limita a la transmisión de información, sino que también abarca la creación de relaciones significativas y la construcción de un entorno colaborativo. Esta perspectiva permite que cada interacción y cada mensaje aporten al desarrollo sostenible de la organización, contribuyendo a una cultura empresarial que valora la transparencia y la participación. A lo largo de este proceso, la comunicación se convierte en un pilar fundamental que, en última instancia, no hace más que construir y reforzar la imagen de la empresa en la mente de sus stakeholders, consolidando su posición en el mercado y favoreciendo su crecimiento a largo plazo.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES QUE ENFRENTA LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA EN LA ERA DIGITAL

Considerando las nuevas tecnologías y su papel en la sociedad del conocimiento, es indudable que debemos repensar la comunicación como una ciencia en constante evolución. Hoy en día, la forma en que interactuamos ha cambiado radicalmente debido a la influencia de herramientas digitales, redes sociales y plataformas de comunicación instantánea. Estas innovaciones no solo han transformado la manera en que compartimos información, sino que también han generado nuevas dinámicas sociales y culturales en torno a la comunicación. Por lo tanto, es esencial explorar y analizar cómo estas tecnologías afectan nuestras interacciones diarias, la construcción de relaciones y la difusión del conocimiento, así como considerar las implicaciones éticas y sociales que surgen de esta nueva realidad comunicativa.

Manuel Castells (2009) argumenta que la era digital ha transformado la producción y propagación del conocimiento, haciendo imperativa la integración de tecnologías de la información en los procesos de

comunicación. Esta, por lo tanto, se enfrenta al reto de adaptarse a nuevas dinámicas digitales, donde la interacción en redes y el acceso a bases de datos globales (big data) modifican la manera en que se interactúa en el campo de la comunicación.

En la actualidad, la comunicación está hegemónizada por lógicas comerciales, donde la realidad es moldeada por intereses económicos y tecnológicos. Este fenómeno se manifiesta en diversos ámbitos, desde la publicidad hasta las redes sociales, donde el contenido que consumimos a menudo está dirigido por empresas que buscan maximizar sus ganancias. Las plataformas digitales, en particular, han transformado la manera en que nos relacionamos con la información, priorizando los datos que generan más interacción o que son más rentables, en lugar de aquellos que podrían ofrecer un valor informativo real (Barbero, 2006).

Además, esta dinámica ha llevado a una polarización en el discurso, ya que las narrativas que generan más clics y compartidos suelen ser las más sensacionalistas o extremas. La influencia de los algoritmos en nuestras decisiones diarias no solo afecta la forma en que nos informamos, sino también cómo entendemos el mundo que nos rodea. En este contexto, es crucial desarrollar una conciencia crítica sobre los medios que consumimos y las motivaciones detrás de ellos, para poder discernir entre la información veraz y la manipulación interesada. La comunicación, entonces, no solo es un medio de intercambio de ideas, sino un campo de batalla donde se libran luchas de poder y control sobre la narrativa de la realidad.

La comunicación es un proceso fundamental para la construcción de significados compartidos en la sociedad, ya que permite a las personas intercambiar ideas, emociones y conocimientos de manera efectiva. A través de la comunicación, los individuos no solo transmiten información, sino que también crean conexiones y establecen relaciones interpersonales que son esenciales para la cohesión social. Según Rizo (2015) este proceso es dinámico y

multifacético, lo que implica que involucra tanto elementos verbales como no verbales, y se ve influenciado por el contexto cultural y social en el que se produce.

Además, la comunicación desempeña un papel crucial en la formación de identidades colectivas y en la promoción de la empatía y la comprensión entre diferentes grupos. En un mundo cada vez más interconectado, la capacidad de comunicarse de manera clara y efectiva se convierte en una herramienta poderosa para abordar conflictos, fomentar la colaboración y promover el entendimiento mutuo. Por lo tanto, es esencial estudiar y comprender las diversas formas en que se lleva a cabo la comunicación, así como los factores que pueden facilitar u obstaculizar este proceso en la sociedad contemporánea.

- CONCLUSIONES -

Las artes liberales han sido fundamentales en la construcción del conocimiento en comunicación. Estas disciplinas han proporcionado los fundamentos epistemológicos necesarios para la comprensión, estructuración y transmisión del conocimiento. La gramática, lógica y retórica siguen siendo esenciales para el desarrollo del pensamiento comunicacional, mientras que las ciencias del quadrivium han influido en la evolución de los modelos de comunicación, especialmente en la era digital.

La comunicación como ciencia se sustenta en una variedad de teorías y modelos, lo que refleja su carácter interdisciplinario y multifacético. Desde el modelo de Shannon y Weaver, que se centra en la transmisión de mensajes, hasta la postdisciplinariedad de Raúl Fuentes Navarro y la comunicología de Jesús Galindo, que abogan por una integración más fluida de conocimientos y enfoques, la comunicación se presenta como un campo dinámico y en constante

evolución. Esta diversidad de enfoques epistemológicos permite una comprensión más profunda y matizada del fenómeno comunicativo.

Sin lugar a duda la comunicación no solo se queda en el lado teórico, aterriza en la práctica y tiene un impacto significativo en los ámbitos profesionales, académicos y de investigación. En el ámbito académico, se destaca la necesidad de adaptar la pedagogía a las nuevas tecnologías y la importancia de la comunicación integral en las organizaciones. La formación de comunicadores en entornos interdisciplinarios y la aplicación de la comunicación en la metodología de enseñanza son esenciales para el desarrollo de una comunicación efectiva y responsable. En el ámbito profesional la comunicación abre un nuevo mundo de posibilidades ya que interviene en la forma en la que una empresa interactúa con sus públicos y su actuar es tan decisivo que influye en la consecución de resultados y en la perpetuidad de una empresa.

Con el entorno digital la comunicación empresarial enfrenta el reto de adaptar los convencionalismos a nuevos canales, a nuevas formas de usar los recursos comunicativos como los signos y las palabras, a la irrupción del algoritmo, a la globalización y no conforme con ello se enfrenta a audiencias cada vez más astutas y participativas.

La comunicación empresarial se encuentra ante el formidable reto de adaptar los convencionalismos establecidos a los nuevos canales que han surgido en la era de la información. Estos nuevos medios no solo han transformado la forma en que se transmiten los mensajes, sino que también han cambiado la manera en que se utilizan los recursos comunicativos, como los signos y las palabras. La irrupción del algoritmo en la comunicación añade otra capa de complejidad, ya que determina qué mensajes se difunden y cómo se perciben por las audiencias.

Además, la globalización ha generado un entorno donde las empresas deben considerar no solo su mercado local, sino también un público global que es diverso y multifacético. Este fenómeno ha

llevado a que las audiencias sean cada vez más astutas y participativas, lo que exige que los comunicadores se adapten rápidamente a las nuevas dinámicas de interacción. Los consumidores actuales no son receptores pasivos de información; en cambio, son activos y demandan una comunicación más transparente, auténtica y personalizada.

La comunicación va más allá de ser un simple canal para transmitir información; es un proceso fundamental que da forma a la realidad social en la que vivimos. A través de ella, no solo se describe el entorno, sino que se construyen significados compartidos que determinan nuestras percepciones y relaciones. Los discursos presentes en los medios de comunicación, la política y la educación juegan un papel crucial en esta construcción, ya que influyen significativamente en cómo entendemos el mundo y a nosotros mismos. Así, el lenguaje y las narrativas que utilizamos no solo reflejan nuestra identidad, sino que también la moldean, afectando nuestra interacción con los demás y con la sociedad en general (Rizo 2015).

Todo lo aquí abordado nos lleva a reflexionar sobre la realidad actual con la era digital que presenta tanto desafíos como oportunidades para la comunicación. La integración de tecnologías de la información y la influencia de lógicas comerciales y algoritmos en la comunicación actual requieren una adaptación y una conciencia crítica sobre los medios consumidos. La comunicación en la era digital debe enfrentar la hegemonía de las lógicas comerciales y la polarización del discurso, promoviendo una comunicación más ética y responsable.

Ante este panorama desafiante, los estudiosos de la comunicación, en particular nosotros los doctorantes, tenemos la responsabilidad y el compromiso de contribuir al desarrollo de la epistemología de la comunicación. Es fundamental que aportemos desde nuestras respectivas trincheras, ya sea en el ámbito educativo, donde formamos a las futuras generaciones de comunicadores; en el ámbito de la investigación, donde exploramos y analizamos las nuevas

tendencias y prácticas comunicativas; o en el ámbito profesional, donde implementamos estrategias efectivas que respondan a las necesidades del mercado actual.

Este compromiso implica no solo un análisis crítico de las nuevas herramientas y plataformas digitales, sino también una reflexión profunda sobre los valores y principios que deben guiar la comunicación en la era digital. En última instancia, nuestra labor es esencial para entender y navegar en un mundo donde la comunicación se ha vuelto más compleja y, a la vez, más rica en posibilidades.

- REFERENCIAS -

- Martín-Barbero, J. (2006). Mediaciones comunicacionales y discursos culturales. En A. de Toro (Ed.), *Cartografías y estrategias de la “postmodernidad” y la “postcolonialidad” en Latinoamérica: “Hibridez” y “Globalización”* (pp. 143–162). Vervuert Verlagsgesellschaft. <https://doi.org/10.31819/9783964563743-006>
- O. P. Jindal Global – Institution of Eminence Deemed to be University. (2024, febrero 19). What is liberal arts? Definition, scope, history & importance [Entrada de blog]. The Blog. <https://jgu.edu.in/blog/2024/02/19/what-is-liberal-arts/>
- Cáceres, J. G. (2004). Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica. *Escribanía*, (13), 5–12.
- Castells, M. (2009). La apropiación de las tecnologías: Cultura juvenil en la era digital. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (81), 111–113.

Universidad San Francisco de Quito. (2025, febrero 1). Colegio General. <https://www.usfq.edu.ec/es/colegio-general>

Costa, J. (2025, febrero 15). Comunicación en el siglo XXI [Sitio web]. <https://www.rrppnet.com.ar/comunicacion-en-el-siglo-XXI.php>

Fuentes Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI. Oficios Terrestres, (6). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/38040>

Garduño-Oropeza, G., Zúñiga-Roca, M. F., Rogel-Salazar, R., & Aguado-López, E. (2013, enero 7). La epistemología de la comunicación en Michel Serres. Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales, (31).

Garrido Vergara, L. (2011). Habermas y la teoría de la acción comunicativa. Razón y Palabra, (75).

Karam Cárdenas, T. (2007). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. Andamios. Revista de Investigación Social, 4(7), 97–124. <https://doi.org/10.29092/uacm.v4i7.316>

Ortega, K. (2022, septiembre 15). ¿Qué son las artes liberales? [Entrada de blog]. Saint Leo University. <https://worldcampus.saintleo.edu/blog/que-son-las-artes-liberales-artes-vulgares>

Pérez Martínez, H. (2015). Hacia una semiótica de la comunicación. Comunicación y Sociedad, 5(9), 35–58. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i9.2024>

Piñuel Raigada, J. L. (1986). Fuentes epistemológicas de la comunicación. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, (33), 35–54. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.33.35>

- Rizo, M. (2015). Construcción de la realidad, comunicación y vida cotidiana: Una aproximación a la obra de Thomas Luckmann. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 38(2), 19–38.
- Rodrigo, M. (2005, septiembre 30). Modelos de la comunicación [Entrada de blog]. Portal de la Comunicación. <https://incom.uab.cat/portalcom/modelos-de-la-comunicacion/>
- Serres, M. (2014). Pulgarcita (A. Díez, Trad.). Gedisa.
- van Dijk, T. A. (2009). Discurso y poder: Contribuciones a los estudios críticos del discurso. Gedisa.

CAPÍTULO 4

LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA: UN ITINERARIO DE PRESIONES EPISTEMOLÓGICAS

GUSTAVO ISCH

CITAR COMO

Isch, G. (2025). La comunicación como ciencia: Un itinerario de presiones epistemológicas. En C. E. Andraus Quintero (Comp.), *Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación* (pp. 79–104). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17650598>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17650598>

LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA: UN ITINERARIO DE PRESIONES EPISTEMOLÓGICAS

Autor

Gustavo Isch

<https://orcid.org/0000-0001-7539-1972>

Universidad Andina Simón Bolívar, Quito - Ecuador

gustavoisch@gmail.com

EL CAMINO EPISTEMOLÓGICO DE LA COMUNICACIÓN

La demarcación epistemológica, indispensable para organizar los distintos campos de estudio en orden a sus principios fundacionales particulares y estructurantes y, desde ellos, a la formulación de teorías científicas en las ciencias sociales y en las ciencias exactas, ha recorrido un camino intrincado, incluso fragmentado, hasta llegar a su formalización.

En ese contexto, la comunicación ha compartido de facto, un vínculo interdisciplinario en condiciones desiguales con otras ciencias, lo que ha condicionado el desarrollo de un estatus teórico propio: “Uno de los conflictos más grandes que, a nivel epistémico, vive un campo disciplinar de las denominadas ciencias de la comunicación enfrenta un reto en su conceptualización, ya sea como un “corpus teórico-conceptual” dentro de las ciencias sociales o como un “marco referencial” que oriente y defina su actividad. Este conflicto radica en la ausencia de un “modelo exógeno” que permita asignar sentido y validación a aquello que, paradójicamente, constituye la base para establecer sentido y otorgar legitimidad.

Al respecto, Martín-Serrano (1982) aborda los desafíos epistemológicos de la teoría de la comunicación, destacando la necesidad de integrar diversas disciplinas para construir un modelo explicativo coherente:

La teoría de la comunicación se encuentra con la tarea de integrar en un mismo modelo explicativo un sistema en el que rigen leyes físicas y biológicas, restricciones sociales y axiológicas, lo cual hace de ella una ciencia sin apoyos epistemológicos (p. 19).

Esa presión ontológica y epistemológica sobre la comunicación se advierte también en la trayectoria de las ciencias sociales y de las ciencias exactas a lo largo del tiempo. El desarrollo de las sociedades ha incluido la incorporación de saberes y conocimientos marcados por tensiones entre sus distintos campos, reflejadas en cada etapa de su historia.

Desde mediados del siglo XX, la reflexión teórica en torno a la comunicación inicia un proceso de generación autónoma de su propio campo de conocimiento y de sus objetos de estudio, además de estar estimulada por una demanda social que cada vez evidencia con mayor claridad el interés por comprender la naturaleza de los fenómenos comunicativos y de sus ámbitos de aplicación.

La revisión del trayecto epistemológico del campo de la comunicación es relevante en tanto permite ubicar, en los análisis y debates sobre su estatus teórico, nuevas visiones que superan los enfoques hegemónicos y centrales que durante mucho tiempo predominaron, desplegados alrededor de causalidades ligadas al desarrollo histórico del conocimiento.

A partir de esas nuevas aproximaciones ontológicas, se advierte desde el inicio la distancia que medió entre las construcciones teóricas y el necesario diálogo con los saberes construidos desde la cultura y sus múltiples plasticidades, a través de las cuales los individuos y las comunidades procesan simbólicamente su relación con la realidad.

No es sino a partir de la segunda mitad del siglo XX que la investigación y la teorización sobre la comunicación comienzan a reconfigurar el campo.

Karam (2007) aporta consideraciones sobre las posibilidades científicas de la comunicación y analiza su potencial como disciplina científica, explorando la dimensión epistemológica y el desarrollo de un marco teórico que contribuya a la comprensión de la realidad social y cultural. Asimismo, examina distintas perspectivas de investigadores que han centrado su estudio en los fundamentos y alcances de la comunicación como campo de conocimiento autónomo.

Por su parte, Román (2002) presenta un análisis panorámico sobre la evolución de la comunicación en la segunda mitad del siglo XX, considerando diversas aproximaciones teóricas, y examina la interrelación entre la historia de la comunicación, las políticas informativas, el marco jurídico en materia de información y su impacto en las relaciones internacionales. Además, resalta cómo los desafíos vinculados a la comunicación trascienden el ámbito académico y profesional, convirtiéndose en un eje central de las dinámicas de la sociedad global hacia finales del siglo pasado.

En definitiva, el estudio de la comunicación se erige como un territorio complejo donde confluyen enfoques teóricos dispares y paradigmas en constante evolución. Para estructurar una reflexión rigurosa sobre este fenómeno, resulta fundamental identificar los principios que articulan su desarrollo y reconocer los aportes cardinales que han modelado progresivamente su comprensión.

LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA: FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS Y METODOLÓGICOS

El desarrollo de la comunicación como ciencia ha estado influenciado por diversas corrientes epistemológicas que han determinado sus métodos y enfoques de investigación.

El positivismo, aplicado a la comunicación por autores como Harold Lasswell y Paul Lazarsfeld, impulsó un enfoque cuantitativo centrado en la medición de los efectos de los medios y en la formulación de modelos empíricos de análisis, como la famosa fórmula de Lasswell:

“¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?” (Lasswell, 1948, p. 37).

Asimismo, los estudios de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) contribuyeron al análisis de la influencia de los medios en la opinión pública, examinando cómo los votantes toman decisiones políticas bajo la influencia mediática. Este enfoque fue posteriormente ampliado en una edición revisada (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1968).

En contraste, el estructuralismo, desarrollado por Ferdinand de Saussure y Claude Lévi-Strauss, concibió la comunicación como un sistema de signos en el que el lenguaje y sus estructuras subyacentes juegan un papel central en la producción de significados (Saussure, 1916/2005; Lévi-Strauss, 1958).

Desde la teoría crítica, impulsada por la Escuela de Frankfurt con pensadores como Theodor Adorno, Max Horkheimer y Jürgen Habermas, se abordó la comunicación en su función ideológica y en su papel en la reproducción del poder dentro de la sociedad capitalista (Adorno & Horkheimer, 1944/1988; Habermas, 1984).

Finalmente, el constructivismo, representado por Jean Piaget y Ernst von Glaserfeld, propuso que el conocimiento y la comunicación son procesos dinámicos en los que los individuos construyen significados a partir de la interacción y la experiencia (Piaget, 1950, 1972; von Glaserfeld, 1995).

Mientras que los enfoques positivistas privilegiaron los métodos cuantitativos en el estudio de los efectos mediáticos, las corrientes estructuralista, crítica y constructivista fomentaron la aplicación de metodologías cualitativas, orientadas a comprender la producción simbólica y la interacción comunicativa desde una perspectiva interpretativa y contextualizada.

La consolidación de la sociología empírica de los medios en Estados Unidos estuvo impulsada por investigadores como Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton (1948), Harold Lasswell (1948), y Claude E. Shannon y Warren Weaver (1949). Estos autores promovieron un análisis sistemático de los efectos de la comunicación masiva y formularon modelos explicativos y predictivos sobre la manera en que los medios influyen en la sociedad, lo cual contribuyó al desarrollo de enfoques teóricos relevantes en el estudio de la comunicación.

No obstante, su auge fue seguido por un declive progresivo, debido a críticas que señalaron su reduccionismo y su incapacidad para abordar la complejidad de los procesos comunicativos desde una dimensión sociocultural más amplia.

Visto en retrospectiva, el campo de la comunicación se ha nutrido de enfoques que presentan profundas diferencias, pero que en última instancia, contribuyen a la configuración de un corpus teórico dinámico. Tal es el caso de Marshall McLuhan y Jürgen Habermas, quienes, desde ópticas divergentes, han influido en la conceptualización del papel de los medios en la sociedad.

McLuhan (1964), en *Understanding Media: The Extensions of Man*, enfatiza el impacto del medio sobre el mensaje y su función como

prolongación de las capacidades humanas. En contraste, Habermas (1981), en Teoría de la acción comunicativa, se centra en el papel del lenguaje en la racionalización del mundo social y la interacción discursiva como mecanismo de legitimación del poder.

El entrecruzamiento de perspectivas teóricas también se manifiesta en el vínculo entre el análisis estructural de Roland Barthes y los estudios culturales británicos. Barthes (1957), en *Mitologías*, exploró la estructura de los signos y símbolos en distintos ámbitos, incluyendo la literatura y la fotografía, y analizó diversos mitos culturales para explicar cómo los signos construyen significados en la cultura popular.

Por su parte, Stuart Hall (1980) y el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham ampliaron esta perspectiva al incorporar los elementos de la ideología y la hegemonía en la producción y recepción de mensajes mediáticos. Este diálogo entre el estructuralismo y los estudios culturales permite comprender cómo la comunicación opera no solo como un proceso de transmisión de información, sino también como un campo de disputa simbólica y política mediatizada.

Adicionalmente, otros enfoques han aportado al debate en torno a la epistemología y su relación con los procesos de comunicación. Entre ellos, destaca la propuesta de Michel Serres (1980), quien plantea una perspectiva en la que la comunicación actúa como un sistema integrador que conecta el conocimiento, la ética y la creatividad humana.

Serres critica la tendencia de las ciencias modernas a desvincularse de su contexto histórico, lo que, según él, conduce a una falta de innovación y a una dependencia de estructuras preestablecidas. Para fundamentar sus tesis introduce conceptos clave sobre la crisis en la ciencia y la comunicación, tales como El parásito (Serres, 1980), que se explica como una influencia externa que modifica un sistema; aunque parece una interferencia, en realidad impulsa el cambio al

mezclar lo viejo con lo nuevo. La traducción (Serres, 1991) supone convertir ideas en algo comprensible y aplicable. El tercer instruido (Serres, 1991) trasciende las divisiones del conocimiento al integrar ciencia, humanidades y artes; se presenta como mediador entre disciplinas y culturas, capaz de generar nuevas formas de comprensión y romper con la especialización rígida, representando así una educación amplia y transversal para afrontar la complejidad del mundo actual. Los mediadores (Serres, 1991) se conciben como los elementos que conectan diferentes ideas o estructuras, permitiendo que fluyan y se adapten mejor. En Límites y pliegues (Serres, 1990), el autor argumenta que los límites no son fijos, sino que cambian con el tiempo y que, a medida que se incorporan nuevas ideas, generan innovación y transformaciones.

En este recorrido epistemológico, también debe mencionarse la influencia de las ciencias cognitivas en la investigación comunicacional, que ha cobrado una relevancia significativa, especialmente con los estudios en neurociencia aplicados a la exploración de cómo el cerebro humano percibe y procesa los mensajes. Damasio (1994) contribuyó con teorías que destacan la manera en que las emociones inciden en la comunicación humana, subrayando la interdependencia entre los procesos biológicos y la construcción del significado.

En el ámbito de los estudios sobre comunicación digital, destacan Manuel Castells y Henry Jenkins, quienes desarrollaron enfoques epistemológicos que redefinen las dinámicas de la interacción mediática en la era contemporánea. Castells (1996) plantea la teoría de la sociedad red, en la que sostiene que el desarrollo de las tecnologías de la información ha dado lugar a una nueva forma de organización social basada en la conectividad digital y la descentralización de la comunicación. En este marco, la comunicación ya no es unidireccional, sino que opera en redes distribuidas donde la información circula de manera fragmentada y reconfigurable.

Castells enfatiza que esta transformación no solo modifica la estructura de los medios, sino que impacta profundamente en el poder,

la política y la cultura, pues quienes controlan los flujos de información en la red ejercen una influencia determinante en la configuración del espacio público contemporáneo.

Por su parte, Jenkins (2006) profundiza este enfoque al introducir el concepto de cultura participativa, argumentando que la comunicación digital no solo amplifica el acceso a la información, sino que transforma a los consumidores en participantes activos en la creación y circulación de contenidos. Desde una perspectiva sociocomunicacional, su propuesta desmantela la dicotomía tradicional entre emisores y receptores, enfatizando la capacidad de las audiencias para apropiarse de los medios y resignificar sus mensajes. La intertextualidad, la fan culture y la inteligencia colectiva son ejes centrales de su modelo, que destaca la convergencia mediática como un fenómeno estructural de la era digital.

Ambas perspectivas coinciden en que la comunicación digital ha erosionado las jerarquías tradicionales de los medios masivos, promoviendo un entorno más abierto, interactivo y horizontal. Mientras Castells (1996) analiza la comunicación desde su papel estructural en la sociedad, vinculándola con la transformación del poder en la era de la información, Jenkins (2006) se enfoca en los aspectos culturales y en la participación activa de las audiencias.

La consolidación de una teoría integradora de la comunicación requiere, por tanto, reconocer su interconexión disciplinar y epistemológica. Desde la semiótica y los estudios culturales hasta la neurociencia y la sociología de los medios, la comunicación se presenta como un campo versátil y multidisciplinario, cuya incidencia en diversas esferas del conocimiento se encuentra en constante transformación. Su estudio, en consecuencia, exige una mirada amplia y transversal que abarque sus múltiples dimensiones, aplicaciones e impactos en la sociedad contemporánea.

Este enfoque amplía las posibilidades de construir un panorama global de las corrientes, tendencias y escuelas en este campo, al tiem-

po que evita la ortodoxia de doctrinas que sesgan el análisis de los movimientos y evoluciones que inciden en sus diversas dinámicas. Además, permite reorientar las investigaciones hacia los problemas del conocimiento, desentrañando las dinámicas profundas de un sector que hoy se encuentra, más que nunca, en el centro de los debates políticos y culturales.

En ese contexto, es importante referirnos a la búsqueda de una epistemología propia en el campo de la Comunicación, en América Latina

AMÉRICA LATINA: “HAY QUIEN DICE QUE EN LA VIDA, SE VA MÁS LEJOS ANDANDO A PIE”¹.

La región muestra una ruta distinta en comparación con el trayecto epistemológico seguido por América del Norte o Europa. La diferenciación está marcada por perspectivas críticas e inquietudes que, en términos generales, exploran la relación entre comunicación y educación, así como entre comunicación y procesos culturales.

La influencia del modelo teórico que privilegiaba el rol del emisor en la comunicación fue paulatinamente interpelada por investigaciones que, en América Latina, subrayaron la importancia del receptor y las implicaciones de las mediaciones e hipermediaciones en los procesos sociales de construcción de la realidad y su resignificación.

Ese itinerario se ha desarrollado con particularidades propias, marcadas por la interacción entre teorías importadas y la necesidad de explicar los procesos comunicativos en sociedades atravesadas por la desigualdad, la dependencia cultural, la lucha por la democratización de los medios y, en la actualidad, por la progresiva colonización de las tecnologías de la información y la comunicación en todos los campos de la vida.

¹ Jorge Drexler, cantautor uruguayo, (1999).

Podría decirse que América Latina había sido, hasta cierto momento, víctima de su propia levedad científica frente al estudio de la comunicación; sin embargo, tal afirmación sería incorrecta.

La región ha sido históricamente potente desde otra dimensión de la acción comunicativa: aquella que enfatiza las interrelaciones culturales y sus mediaciones, construyendo, a partir de los saberes que alimentan los sentidos comunitarios de sus pueblos diversos, su propio derrotero.

En torno a esta hipótesis preliminar se levantan fundamentos importantes. En este sentido, Raúl Fuentes Navarro (1952-2021), académico mexicano, constituye una figura clave en el estudio de la comunicación en América Latina. Su trayectoria estuvo marcada por una profunda reflexión sobre la consolidación del campo, resaltando la necesidad de comprenderlo desde una perspectiva histórica y social. Sus investigaciones han sido nucleares para el fortalecimiento de la investigación en comunicación en la región.

Para analizar la institucionalización de la comunicación como disciplina, resulta clave destacar el papel de organizaciones como el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) en la estructuración del pensamiento comunicacional en la región (Fuentes Navarro, 1992).

Uno de los ejes centrales del trabajo de Fuentes Navarro es la relación entre el conocimiento académico y las prácticas comunicativas dentro de las sociedades latinoamericanas. Para el autor, el estudio de la comunicación no puede limitarse a un ejercicio teórico desvinculado de la realidad social, sino que debe reconocer las múltiples interacciones entre la producción de saberes y las dinámicas comunitarias. En este sentido, subraya que las comunidades latinoameri-

canas no solo construyen conocimiento a través de la academia, sino también desde sus propias experiencias y prácticas comunicativas (Fuentes Navarro, 2011, p. 78).²

Tal enfoque permite comprender la comunicación no únicamente como un objeto de estudio, sino también como un proceso que influye y es influenciado por el entramado social y cultural en el que se desarrolla. En lugar de adoptar modelos conceptuales importados sin cuestionamiento, Fuentes Navarro (2016) argumenta que es fundamental recuperar la memoria histórica de la comunicación en la región, entendiendo cómo las estructuras de poder, las políticas de información y las tecnologías han condicionado el desarrollo de las prácticas comunicativas (p. 102).

A partir de estas razones, plantea que la comunicación no puede entenderse como un fenómeno aislado ni reducido a su dimensión instrumental; lo apropiado sería, entonces, concebirla como una manifestación de las tensiones socioculturales que definen a las sociedades en América Latina, la producción y circulación del conocimiento no se restringe únicamente a espacios institucionalizados, sino que emerge desde múltiples actores y dinámicas de interacción. En esta línea, Fuentes Navarro (2018) sostiene que la comunicación es un proceso social en constante evolución, cuya comprensión requiere un enfoque integrador que abarque tanto la academia como las prácticas comunitarias, reconociendo que “somos comunidades de práctica y prácticas” (p. 63).

En conexión con la propuesta epistemológica de Fuentes Navarro, desde la década de 1970 distintos investigadores han aportado marcos teóricos relevantes al campo de la comunicación en América Latina. Si bien, en sus inicios, el estudio del campo en la región se basó en la adaptación de modelos teóricos provenientes de Estados Unidos y Europa, pronto emergieron enfoques que buscaron contextualizar el fenóme-

2 En su obra *¿Qué pasa con el estudio de los medios? Diálogo con las ciencias sociales en Iberoamérica*, Fuentes Navarro (2011) analiza analiza el tema a profundidad y vertebría los elementos nucleares de su propuesta.

no comunicacional en las dinámicas de poder y en las condiciones estructurales propias de las realidades socioculturales del continente.

Este recorrido nos conduce a las ideas de Paulo Freire, desarrolladas desde la década de 1960 en obras como *La educación como práctica de la libertad* (1965) y *Pedagogía del oprimido* (1968). El pensamiento de Freire se difundió ampliamente en América Latina a lo largo de los años setenta, especialmente en Chile, donde trabajó en condición de exiliado tras el golpe de Estado en Brasil en 1964.

A partir de esa década, el modelo de educomunicación, impulsado inicialmente por Freire y ampliado posteriormente por Mario Kaplún (1998), marcó un punto de inflexión en el desarrollo de la teoría de la comunicación en la región. Aunque su origen se encuentra en el ámbito educativo, ambos autores destacaron la interdependencia entre educación y comunicación. Kaplún desarrolló un modelo participativo dentro de la educación popular, en el que emisores y receptores intercambiaban roles, fomentando una comunicación horizontal, crítica y liberadora, orientada a la transformación social.

Posteriormente, Luis Ramiro Beltrán, en *Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal* (1974), propuso una concepción de la comunicación basada en la interacción equitativa entre los actores involucrados. Su planteamiento cuestionó los modelos tradicionales caracterizados por estructuras jerárquicas y unidireccionales en la transmisión de mensajes, planteando en su lugar un paradigma de comunicación participativa y democrática.

Beltrán argumenta sobre una dinámica en la que la información circula de manera abierta, promoviendo mayor participación. Desde esta óptica, la comunicación no se reduce a la simple emisión y recepción de mensajes, sino que se configura como un proceso de construcción colectiva del conocimiento. Cada individuo tiene la posibilidad de contribuir activamente a la generación y difusión de la información, fortaleciendo el papel de las comunidades en su propio

desarrollo comunicativo. Este modelo fomenta relaciones más equilibradas y estimula un diálogo en el que todas las voces puedan expresarse y ser reconocidas (Beltrán, 1974).

José Marques de Melo (1985) es otro pensador de la región que subrayó la importancia de construir una perspectiva propia en los estudios de comunicación, alejándose de enfoques externos y promoviendo un análisis que responda a las particularidades de la realidad latinoamericana. Su propuesta enfatiza la necesidad de comprender los medios dentro de un marco cultural y social específico, evitando la mera aplicación de teorías desarrolladas en otros contextos.

Por su parte, Schmucler (1988) profundizó en la interrelación entre comunicación, cultura y memoria colectiva, resaltando el papel fundamental de los medios en la configuración de identidades y en la preservación de relatos históricos. Su visión contribuyó a consolidar un enfoque que articula la comunicación con la producción simbólica y las dinámicas de poder, reconociendo su influencia en la construcción del sentido social.

La consolidación de la comunicación como una disciplina crítica tuvo en Martín-Barbero (1987) un referente fundamental, especialmente por su propuesta sobre las mediaciones. Su planteamiento cuestionó las concepciones tradicionales del modelo emisor-receptor, trasladando el foco de análisis hacia los procesos de recepción y apropiación cultural. Desde esta óptica, la comunicación no se entiende como un mero mecanismo de transmisión de mensajes, sino como un fenómeno cultural en el que los individuos reinterpretan los contenidos en función de sus experiencias y contextos específicos. Esta proposición permitió superar la visión instrumental de la comunicación y reconocer su papel en la configuración del sentido y las dinámicas socioculturales.

De igual manera, resulta pertinente mencionar el trabajo de Pasquali (1990), quien desarrolló una crítica incisiva sobre la concen-

tración del poder mediático y la mercantilización de la comunicación. Según el autor, el acceso a la información no debe considerarse únicamente como un recurso económico, sino como un derecho fundamental. Su propuesta sentó las bases para repensar la democratización de la información y la responsabilidad del Estado en la regulación de los medios. Más allá de su función informativa, la comunicación fue concebida por Pasquali como un espacio de negociación de significados, lo que resalta su dimensión política y su impacto en la configuración del poder.

En esta misma línea, García Canclini (1990) complementó este enfoque a través de su teoría de la hibridación cultural. Su análisis posiciona la comunicación como un escenario dinámico en el que convergen y se transforman diversas tradiciones culturales, lo que permite entender cómo las sociedades latinoamericanas configuran sus identidades en un contexto marcado por la globalización y la resistencia cultural. Este enfoque fortaleció el vínculo entre los estudios culturales y la comunicación, ampliando su alcance teórico y metodológico.

Por su parte, Sodré (1990) aportó a esta corriente de pensamiento con su concepto de comunicación del imaginario, el cual plantea que los medios no solo transmiten información, sino que desempeñan un papel central en la construcción de realidades simbólicas que moldean la autopercepción de las sociedades. Desde esta perspectiva, la comunicación se presenta como un espacio en el que se configuran subjetividades y se reproducen estructuras de poder, destacando la interrelación entre los sistemas mediáticos y la organización socio-cultural.

En este recorrido por la epistemología de la comunicación, también son significativos los aportes de la semiótica, que ha proporcionado marcos conceptuales clave para la comprensión de los procesos comunicativos en la cultura y que evidencian la conexión entre investigaciones que, aunque surgen en contextos teóricos distintos, com-

parten una base de estudio aplicado. Tal es el caso del semiólogo y lingüista ruso Yuri Lotman y del semiólogo y sociólogo argentino Eliseo Verón. El primero formuló la noción de semiósfera, un entorno dinámico donde se configuran y transforman los significados en un sistema cultural interconectado (Lotman, 1996). Este planteamiento, introducido originalmente en la década de 1980, sostiene que la producción de sentido no ocurre de manera aislada, sino dentro de una estructura colectiva que delimita y condiciona las interpretaciones posibles.

Por otro lado, y prácticamente en la misma línea de tiempo, Verón (1987) desarrolló la teoría de la semiosis social, que concibe los discursos como entidades activas en la construcción de la realidad y no como meros instrumentos de transmisión de información. Su enfoque permitió analizar cómo las prácticas discursivas estructuran el sentido y legitiman determinadas formas de conocimiento dentro de los medios de comunicación y la sociedad.

Como puede observarse, si bien ambas perspectivas comparten una base semiótica, cada una responde a problemáticas específicas y surge en contextos teóricos distintos. Mientras Lotman orientó su trabajo hacia la estructura de los sistemas culturales y su lógica interna, Verón centró su análisis en la producción social del significado y en los mecanismos de circulación discursiva. Aunque no existe evidencia directa de una influencia entre ambos enfoques, su coincidencia en ciertas problemáticas permite establecer diálogos conceptuales entre sus aportes.

En una etapa más reciente, Scolari (2008) propuso una actualización del trabajo de Martín-Barbero, incorporando la variable tecnológica como un elemento clave para repensar la comunicación en la era digital. Su concepto de hipermediaciones busca dar cuenta de las transformaciones en los procesos comunicativos en un entorno mediático marcado por la convergencia digital. No obstante, algunos críticos han señalado la ausencia de una mirada crítica sobre las condiciones sociopolíticas latinoamericanas en su marco teórico, así

como el uso del término convergencia como un equivalente de enfoques previos, sin un análisis más profundo de sus implicaciones.

Desde América Latina, Martín Becerra (Argentina) fortalece la autonomía epistémica de la comunicación al articular economía política, regulación y convergencia, mostrando cómo la concentración condiciona la esfera pública (Becerra, 2015). Silvio Waisbord (Argentina) aporta un marco transnacional para pensar polarización, populismo y crisis de consensos, situando a la comunicación como un ámbito autónomo y crítico. En su libro *El imperio de la utopía: Mitos y realidades de la sociedad estadounidense* (Waisbord, 2020), aun cuando su objeto inmediato de análisis sea la sociedad norteamericana, mencionarlo es importante para el debate latinoamericano dado que muestra cómo un autor de la región desarrolla una lectura crítica de los imaginarios políticos y culturales del “centro”, desmontando mitos que tienen efectos también en nuestras sociedades. Así, la reflexión de Waisbord trasciende el ámbito estadounidense y se convierte en un ejemplo del modo en que la comunicación latinoamericana puede dialogar con la globalidad, disputar sentidos y producir categorías teóricas con pretensión universal. Lejos de constituir un desvío temático, esta obra confirma la madurez epistemológica de la disciplina, en la medida en que revela que la comunicación latinoamericana no se limita a describir sus contextos inmediatos, sino que interpela críticamente a los discursos hegemónicos que influyen sobre ellos.

Eduardo Villanueva-Mansilla (Perú) propone estrategias contrahegemónicas ante la centralidad de las plataformas y aboga por “más democracia del conocimiento” para reequilibrar el ecosistema informativo (Villanueva-Mansilla 2021). Flavia Costa (Argentina) problematiza el “Tecnoceno”, los algoritmos y la biopolítica digital como fuerzas que modelan subjetividades y poder (Costa 2024). En esta línea, Rosa María Alfaro (Perú), fundadora de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y pionera en la Comunicación para el Desarrollo desde un enfoque ciudadano, refuerza la legitimidad científica de la comunicación latinoamericana (Alfaro 2006).

A lo largo de las últimas décadas, la comunicación ha dejado de ser un campo subordinado a otras disciplinas para consolidarse como un espacio teórico y metodológico con identidad propia. La contribución de investigadores latinoamericanos ha sido crucial en este proceso, al desarrollar enfoques que responden a las problemáticas y necesidades de la región. Desde la comunicación para el desarrollo hasta la semiótica y el análisis del discurso, estos aportes han cimentado un marco teórico que la posiciona como un campo autónomo e interdisciplinario, indispensable para la comprensión de la sociedad contemporánea.

No obstante, el vertiginoso avance de las tecnologías de la información y la comunicación ha generado una transformación constante en los paradigmas de las teorías comunicacionales. La interacción mediática y la digitalización han reformulado las formas de producción y consumo de mensajes, desafiando las nociones tradicionales del campo y exigiendo un replanteamiento continuo de sus fundamentos epistemológicos.

APLICACIONES DE LA COMUNICACIÓN EN LAS DIFERENTES ÁREAS Y ÁMBITOS PROFESIONALES, DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

Actualmente, la comunicación se desarrolla en tres grandes ejes: la investigación académica, la docencia y la aplicación profesional, cada uno con sus propios desafíos y oportunidades.

1. La comunicación como disciplina científica

Como se ha expuesto, la comunicación ha evolucionado hasta consolidarse como una disciplina autónoma, aunque en sus inicios estuvo influenciada por campos como la sociología, la psicología y la lingüística. Esta convergencia interdisciplinaria ha enriquecido su desarrollo teórico y metodológico, permitiendo una comprensión más amplia de los procesos comunicativos.

La epistemología de la comunicación se centra en analizar cómo se genera y valida el conocimiento en este ámbito, reflexionando sobre sus métodos y objetos de estudio. Este enfoque es esencial para abordar la complejidad inherente a los fenómenos comunicativos y para establecer una base científica sólida en la investigación del campo.

2. Ámbitos de investigación en comunicación académica

La investigación en comunicación abarca diversas áreas que reflejan la amplitud y profundidad del campo. Entre las principales se encuentran:

Estudios de medios y audiencias, que analizan la interacción entre los medios de comunicación y sus públicos, explorando cómo se consumen y se interpretan los contenidos mediáticos.

Comunicación política, enfocada en las estrategias discursivas y mediáticas utilizadas en el ámbito político, así como en su impacto en la opinión pública y en los procesos electorales.

Comunicación organizacional, que examina los procesos comunicativos dentro de las organizaciones y cómo estos influyen en su funcionamiento y en la construcción de su cultura corporativa.

Narrativas digitales, que estudian las formas de comunicación emergentes en entornos digitales, incluyendo redes sociales, plataformas en línea y nuevos medios.

Estudios culturales, que investigan cómo la comunicación refleja y moldea las dinámicas culturales y de poder en la sociedad.

Metodológicamente, estos estudios emplean enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos. La incorporación de técnicas como el análisis de big data y la minería de datos ha ampliado las posibilidades de investigación sobre patrones comunicativos en contextos digitales, permitiendo una comprensión más detallada de las interacciones en línea.

3. La comunicación en la educación: formación y desafíos académicos

En el ámbito educativo, la comunicación ha adquirido un papel central, consolidándose como una disciplina académica con programas especializados en áreas como comunicación social, periodismo, publicidad y relaciones públicas. No obstante, la enseñanza de la comunicación enfrenta desafíos significativos, entre los que destacan:

Actualización curricular ante los avances tecnológicos, ya que resulta imperativo que los planes de estudio se adapten constantemente para reflejar las innovaciones tecnológicas y las nuevas prácticas comunicativas.

Integración de herramientas digitales en la formación, incluyendo la incorporación de tecnologías emergentes en el proceso educativo, como parte esencial de una malla curricular orientada a preparar a los estudiantes para el entorno profesional contemporáneo.

Equilibrio entre teoría y práctica, de modo que la formación combine fundamentos teóricos sólidos con experiencias aplicadas que reflejen los desafíos reales del campo laboral.

Visión integral en la formación, pues aunque la especialización en áreas específicas es valiosa, resulta necesario que los profesionales posean una perspectiva transversal que abarque aspectos de gestión, tecnología y cultura, superando la tradicional discusión entre especialización y generalidad.

Abordar estos desafíos es fundamental para formar comunicadores competentes y versátiles, capaces de adaptarse a un entorno en constante transformación.}

4. Aplicaciones profesionales de la comunicación

La comunicación profesional se manifiesta en múltiples sectores, cada uno con características y demandas particulares. Entre los campos más destacados se encuentran:

Periodismo, que requiere que los profesionales se adapten a entornos digitales y desarrollem narrativas innovadoras que respondan a las demandas de audiencias contemporáneas.

Publicidad y marketing, enfocados en el diseño de estrategias persuasivas y en la construcción de marcas con capacidad de posicionarse en sus públicos objetivos.

Relaciones públicas, que implican la gestión de la reputación y la comunicación corporativa, estableciendo y manteniendo relaciones positivas con diversos actores (stakeholders).

Comunicación política, orientada al análisis del discurso, la planificación de campañas y la implementación de estrategias informativas efectivas.

Educación y capacitación, aplicando técnicas comunicativas que faciliten los procesos pedagógicos y de formación en distintos contextos.

Cibercultura y redes sociales, centradas en la creación de contenido digital y en el análisis de las interacciones en plataformas en línea.

La irrupción de la tecnología digital ha transformado profundamente estos campos, requiriendo que los profesionales desarrollen nuevas habilidades y competencias para enfrentar los retos actuales y futuros del sector.

Cabe aquí añadir una reflexión esencial. En la era digital, los espacios públicos han experimentado una transformación profunda, pasando de ser ámbitos de deliberación colectiva, como los concebidos por Habermas (1981), a convertirse en espacios privados de expresión pública dominados por plataformas digitales. Este fenómeno plantea interrogantes sobre la naturaleza y la configuración de la esfera pública en el contexto de la comunicación digital.

La distinción entre esferas de información y esferas de opinión se vuelve crucial, especialmente en un entorno donde la posverdad —concepto ampliamente discutido en la década de 2010— ha sido desplazada por la noción de desinformación como categoría analítica predominante (Fuentes Navarro, 2022, p. 152). Adicionalmente, muchos conceptos estructurantes de teorías sobre la sociedad han dado paso a nuevas definiciones, adecuadas a las transformaciones de la era digital, que interpela y “negocia” constantemente con individuos, comunidades y la sociedad en su conjunto. El camino hacia la sustentación de conocimientos en las ciencias sociales parece avanzar a contratiempo frente al vertiginoso desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y sus aplicaciones. El desafío para democratizar el acceso y las competencias sobre los medios y aplicativos digitales, en regiones como América Latina, resulta enorme.

En esta hipótesis preliminar, los algoritmos estarían moldeando un nuevo clima de pensamiento en contextos culturales diversos y fragmentados, aprovechando y manipulando precisamente esa diversidad para reconfigurar la esfera pública y reproducir los circuitos del poder político. De este modo, se direccionan hábitos de consumo de información que, implícitamente, reafirman el poder del control sobre la respuesta social. La cultura y la política, convertidas en objetos de consumo, trastocan valores simbólicos indispensables para cohesionar a una comunidad.

“Si, como dice Wallerstein (1999), las ciencias sociales en el siglo XXI necesariamente constituirán una ‘promesa’ bajo el impulso de tres perspectivas que deberán tomar a su cargo: la reunificación epistemológica de la cultura, la ciencia y las humanidades; la reunificación organizacional de las ciencias sociales; y la asunción, por parte de las mismas, de su ‘centralidad’ dentro del mundo del conocimiento” (p. 49), entonces el rol de las ciencias de la comunicación no será menor. Al contrario, se puede suponer a estas como protagonistas centrales, ya que sin su auxilio no sería posible comprender las configuraciones socioculturales de los mundos contemporáneos (Valdettaro, 2015, p. 34).

Es de esperar que así sea.

- REFERENCIAS -

- Alfaro, R. M. (2006). Comunicación y desarrollo: Módulo de formación para comunicadores sociales. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Barthes, R. (2003). Mitologías (M. J. Bertomeu, Trad.). Siglo XXI Editores.
- Becerra, M. (2015). De la concentración a la convergencia: Políticas de medios en Argentina y América Latina. Paidós.
- Beltrán, L. R. (1974). Adiós a Aristóteles: La comunicación horizontal (Tesis doctoral). Universidad de Michigan.
- Costa, F. (2024). Tecnoceno: Crítica de la razón digital. Paidós.
- Damasio, A. R. (1994). *Descartes' error: Emotion, reason, and the human brain*. G. P. Putnam's Sons.

- Freire, P. (1968). *Pedagogia do oprimido. Paz e Terra.*
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido* (G. Echeverría, Trad.). Siglo XXI Editores.
- Freire, P. (1974). *La educación como práctica de la libertad* (J. Mellado, Trad.). Siglo XXI Editores.
- Fuentes Navarro, C. A. (2022). Posverdad, medios de comunicación y poder. Un problema para las humanidades. *Comunicación y Hombre*, 18. <https://comunicacionyhombre.com/article/posverdad-medios-de-comunicacion-y-poder-un-problema-para-las-humanidades/>
- Fuentes Navarro, R. (1992). *Un campo cargado de futuro: El estudio de la comunicación en América Latina*. FELAFACS
- Fuentes Navarro, R. (2011). *¿Qué pasa con el estudio de los medios?: Diálogo con las ciencias sociales en Iberoamérica*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Garduño-Oropeza, G., Zúñiga-Roca, M. F., Rogel-Salazar, R., & Aguado-López, E. (2008). La epistemología de la comunicación en Michel Serres. *Cinta de Moebio*, 31, 23–37. <https://cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/25916>
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa* (M. J. Redondo, Trad.; Vols. 1–2). Taurus.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). Routledge.

- Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación. Ediciones de la Torre.
- Karam Cárdenas, T. (2007). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Andamios*, 4(7), 97–124.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. En L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Columbia University Press.
- Marques de Melo, J. (1985). Historia de la comunicación en América Latina: De la colonia al siglo XX. Paulus.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín Serrano, M. (1982). *Teoría de la comunicación: Epistemología y análisis de la referencia*. Ediciones Cátedra.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano* (J. M. Figueres, Trad.). Paidós.
- Pasquali, A. (1990). *Comprender la comunicación*. Monte Ávila Editores.
- Schmucler, H. (1988). *Memoria y comunicación: Los laberintos de la historia*. Ediciones Imago Mundi.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

- Sodré, M. (1990). *A comunicação do imaginário. Vozes.*
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: Una introducción crítica.* UNR Editora.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Gedisa.
- Villanueva-Mansilla, E. (2021). *Comunicación, conocimiento y poder: Una mirada desde América Latina.* Revista de Comunicación, 20(2), 45–63.
- Waisbord, S. (2020). *El imperio de la utopía: Mitos y realidades de la sociedad estadounidense.* Ediciones Península.
- Wallerstein, I. (1999). *El fin de las certidumbres: El tiempo de las ciencias sociales.* Siglo XXI Editores.

CAPÍTULO 5

MARCO INTERDISCIPLINARIO ENTRE LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO

CESAR ANDRAUS QUINTERO

CITAR COMO

Andraus Quintero, C. (2025). Marco interdisciplinario entre la comunicación y el diseño gráfico. En C. Andraus Quintero (Comp.), *Reflexiones epistemológicas y disciplinares en comunicación* (pp. 105–121). Publis Editorial. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17650673>

DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17650673>

MARCO INTERDISCIPLINARIO ENTRE LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO GRÁFICO

Autor

Cesar Andraus Quintero

<https://orcid.org/0000-0001-6960-5313>

Universidad San Gregorio de Portoviejo, Portoviejo - Ecuador

ceandraus@sangregorio.edu.ec

- INTRODUCCIÓN -

En la actualidad, la sociedad está en constante cambio, lo que transforma la manera en que las personas interactúan, se comunican y perciben su entorno. Dentro de este dinámico panorama, las disciplinas del diseño gráfico y la comunicación emergen como herramientas esenciales para interpretar y dar forma a estos cambios. Más allá de la mera creación de mensajes, desempeñan un papel crucial en la construcción de significados y narrativas que reflejan las dinámicas culturales y sociales contemporáneas. Reconocer este potencial nos permite apreciar el profundo impacto que estas disciplinas pueden generar cuando se integran y se abordan desde una perspectiva interdisciplinaria.

El diseño gráfico, además de una función estética, opera como una disciplina que afecta el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de las personas (Frascara, 2006). El diseño de comunicación visual es un medio que debe articularse en función de la realidad social y de las necesidades de la audiencia, priorizando su efectividad y no solo su atractivo visual.

Diversos autores ponen de manifiesto que estas disciplinas se han configurado como campos fundamentales para la interpretación y transformación de la realidad social (García, 1990; Verón, 1993; Castells, 2000; Freire, 2005; Peña, 2019; Ramírez, 2021; Cravino, 2021; Ledesma, Osuna, y Flores, 2022; Vilchis, 2023). El diseño puede definirse como la producción visual y cultural que utiliza palabras e imágenes para comunicar ideas, ya que organiza elementos visuales y construye significados culturales dentro de un entorno dinámico (Barnard 2005). Por su parte, la comunicación, tradicionalmente entendida como un proceso lineal de transmisión de mensajes, adquiere una dimensión más amplia cuando se concibe como un espacio interactivo donde emisores y receptores co-construyen significados a través de códigos culturales (Barnard, 2005).

Estas dos disciplinas convergen dentro de un marco interdisciplinario que responde a las crecientes demandas culturales, sociales y tecnológicas de nuestra época. Desde una perspectiva epistemológica, el diseño gráfico y la comunicación no deben considerarse campos separados, sino áreas interrelacionadas que se enriquecen mutuamente. Como destacan académicos como Frascara (2006) y Costa (2014), el diseño va más allá de la estética, convirtiéndose en una forma profunda de comunicación visual con implicaciones sociales, culturales y políticas, capaz de moldear el conocimiento, las actitudes y el comportamiento humano.

El objetivo de este ensayo es explorar cómo el diseño gráfico y la comunicación funcionan de manera colaborativa dentro de un enfoque interdisciplinario para responder a las demandas contemporáneas mediante la transformación de las dinámicas culturales y sociales. Guiado por esta perspectiva, el ensayo busca responder las siguientes preguntas: ¿Cómo puede la integración del diseño gráfico y la comunicación transformar las dinámicas culturales y sociales? ¿Cuáles son las principales oportunidades y desafíos de esta interdisciplinariedad?

Para abordar estas cuestiones, el ensayo se estructura en dos secciones principales. La primera examina la relación interdisciplinaria entre el diseño gráfico y la comunicación, destacando su capacidad para influir en las dinámicas culturales y sociales. La segunda sección reflexiona sobre los desafíos y oportunidades que surgen de la integración de estas disciplinas.

- DESARROLLO -

INTERDISCIPLINARIEDAD Y TRANSFORMACIÓN CULTURAL DEL DISEÑO GRÁFICO Y LA COMUNICACIÓN

El diseño gráfico y la comunicación conforman un campo interdisciplinario que va más allá de la simple transmisión de información. Juntas, estas disciplinas dan forma a significados, construyen identidades y estructuran narrativas socioculturales. A través de esta intersección, generan dinámicas que transforman la percepción del entorno y median en la construcción del conocimiento colectivo (Barnard, 2005; Frascara, 2006). Esta relación ha cobrado especial relevancia en el contexto contemporáneo, donde la visualidad se ha consolidado como el lenguaje predominante en entornos digitales e interactivos (Manovich, 2001).

Frascara (2008) también señala que el diseño debe entenderse como una interdisciplina, no como un campo aislado. En su visión, la efectividad del diseño radica en su capacidad para integrar conocimientos de diversas áreas, como la psicología, la sociología y la comunicación, con el fin de crear mensajes visuales que realmente impacten y transformen a la sociedad.

Desde una perspectiva epistemológica, la interdisciplinariedad entre el diseño gráfico y la comunicación amplifica el impacto de los mensajes y redefine la manera en que los individuos interpretan

la realidad. Costa (2014) sostiene que “la forma informa” (p. 90), resaltando que la disposición visual de los elementos gráficos no es meramente artística, sino que configura significados y moldea la comprensión del mensaje. En este sentido, Frascara (2006) plantea que el diseño gráfico opera como un sistema semiótico que estructura la comunicación visual y le otorga coherencia dentro de un ecosistema mediático saturado de estímulos.

Hollis (2000) amplía la comprensión del diseño gráfico al señalar que:

El diseño gráfico puede consistir en signos, como las letras del alfabeto, o formar parte de un sistema mayor, como las señales de tráfico. Cuando se juntan, los elementos gráficos —las líneas de un dibujo o los puntos de una fotografía— forman imágenes. El diseño gráfico es el arte de concebir proyectos de expresión visual. (p. 7)

Lejos de ser un proceso aislado, el diseño gráfico interactúa con la comunicación en múltiples niveles, desde la identidad visual corporativa hasta la producción de discursos políticos y sociales. Como señala Hollis (2000), el diseño gráfico adopta diversas formas, desde símbolos y sistemas de señalización hasta narrativas visuales más complejas que generan interpretaciones específicas según el contexto cultural en el que se inscriben. Esta idea se relaciona con la teoría de la semiosis social de Verón (1993), que plantea que la comunicación es un proceso de construcción de significados basado en códigos culturales compartidos. Desde esta perspectiva, el diseño gráfico no es un mero recurso decorativo, sino un elemento activo en la producción de discursos que reflejan valores, ideologías y estructuras de poder.

El diseño gráfico como mediador cultural

El diseño gráfico ha evolucionado de una disciplina orientada a la organización visual de la información a una fuerza transformadora en el desarrollo cultural. Munari (2016) enfatiza que el diseño no debe

limitarse a juicios estéticos, sino que debe priorizar la funcionalidad y la eficacia comunicativa dentro de contextos específicos. Esta postura se alinea con la noción de codificación en la comunicación visual propuesta por Hembree (2006), quien sostiene que los diseñadores gráficos actúan como mediadores entre el mensaje, su emisor y la audiencia receptora (ver figura 1).

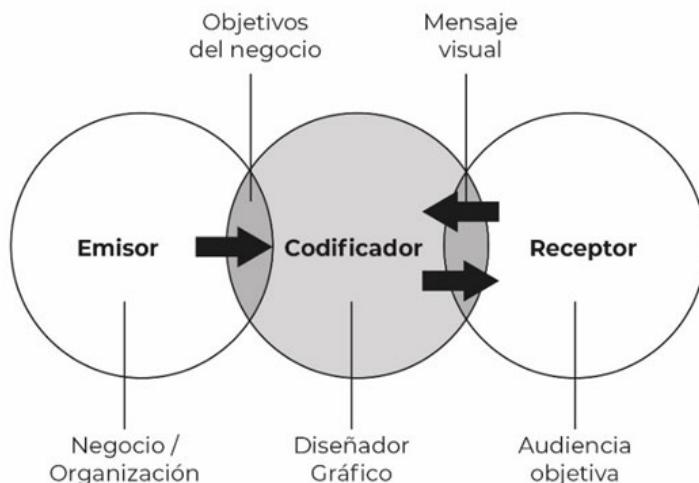


Figura 1. Modelo de codificación en la comunicación visual.

Elaboración propia a partir de Hembree (2006, 14)¹

El modelo ilustra cómo los elementos visuales —tipografía, color, imágenes y composición— son codificados para construir mensajes claros, relevantes y culturalmente significativos. Este enfoque refuerza la capacidad del diseño gráfico para conectar de manera efectiva con las audiencias, traduciendo conceptos complejos en mensajes accesibles.

1 Esta y las demás traducciones de documentos publicados en inglés son propias.

Este proceso de mediación se fundamenta en la selección y organización de elementos visuales —tipografía, color, imágenes y composición— que estructuran la percepción del mensaje. Como explican Gamonal-Arroyo y García-García (2015), las piezas de diseño gráfico transmiten información y generan experiencias emocionales y cognitivas en los espectadores. En este sentido, la relación entre el diseño y la comunicación adquiere una dimensión estratégica, ya que permite adaptar los mensajes a diferentes públicos y contextos culturales.

En un mundo hiperconectado, el diseño gráfico se ha convertido en un lenguaje global que trasciende las barreras idiomáticas y facilita la comunicación en entornos multiculturales. De acuerdo con González (2007), la comunicación visual integra dimensiones semánticas, sintácticas e institucionales que influyen en la construcción de significados y en la manera en que los individuos perciben la información. Este enfoque se alinea con la teoría de la comunicación como puente entre naturaleza y cultura de Piñuel (1986) y Valdettaro (2015), quienes destacan que el diseño gráfico contribuye a la construcción simbólica de la realidad social.

La transformación cultural a través del diseño gráfico y la comunicación

La convergencia entre el diseño gráfico y la comunicación ha adquirido un papel clave en la transformación de las dinámicas culturales contemporáneas. En el entorno digital, las imágenes, los símbolos y los códigos visuales han desplazado a los textos como los principales medios de transmisión de información (Manovich 2001). Este fenómeno ha modificado la manera en que los individuos interactúan con los contenidos, generando nuevas formas de alfabetización visual y de consumo informativo.

Según Dabner, Stewart, y Zempol (2014), El diseño gráfico en el ecosistema digital debe captar la atención del público, persuadir, emocionar e influir en la toma de decisiones. La importancia del

diseño radica en su capacidad para estructurar la comunicación en entornos donde la sobrecarga de información dificulta la interpretación y el procesamiento de los mensajes. En este contexto, la interdisciplinariedad entre diseño gráfico y comunicación se vuelve esencial para generar narrativas efectivas y accesibles.

Un aspecto fundamental en esta transformación es el impacto del diseño en la identidad y la representación cultural. Como argumentan Degenne (2010) y Oçak (2020), los discursos visuales no son neutrales, sino que reflejan valores, ideologías y estructuras de poder. La manera en que los mensajes son diseñados y comunicados influye en la percepción de la realidad y en la configuración de imaginarios colectivos. En este sentido, el diseño gráfico documenta la cultura, la redefine y la proyecta hacia el futuro.

Además, la proliferación de la inteligencia artificial y la automatización en el diseño ha generado tanto oportunidades como desafíos en la producción de contenidos visuales. Tecnologías como el diseño generativo, la inteligencia artificial aplicada al diseño gráfico y la personalización de mensajes en tiempo real han redefinido la manera en que las audiencias interactúan con los contenidos, promoviendo experiencias más dinámicas e inmersivas (Manovich 2001; Dabner, Stewart, y Zempol 2014). Esto plantea interrogantes sobre el papel del diseñador gráfico en la era digital y la necesidad de desarrollar nuevas estrategias de comunicación visual, en las que la creatividad humana y la automatización coexistan para responder a las exigencias de una sociedad mediada por algoritmos y plataformas interactivas (Munari, 2016; Frascara, 2006).

Por lo tanto, como cierre de este punto se puede decir que el análisis de la interdisciplinariedad entre el diseño gráfico y la comunicación permite comprender su impacto en la transformación cultural y social. Lejos de ser disciplinas separadas, ambas conforman un ecosistema de significación en el que los mensajes visuales adquieren un rol central en la construcción de realidades compartidas. La

combinación de elementos gráficos y estrategias comunicacionales optimiza la claridad del mensaje e influye en la manera en que los individuos interpretan y experimentan el mundo.

En un contexto donde la comunicación es cada vez más visual, la intersección entre diseño gráfico y comunicación se consolida como un espacio de producción simbólica que redefine las narrativas contemporáneas. El desarrollo de metodologías innovadoras, el uso de herramientas digitales y la aplicación de principios de accesibilidad y usabilidad se presentan como factores clave para garantizar que los mensajes visuales sean efectivos, inclusivos y culturalmente relevantes.

RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA INTEGRACIÓN DE AMBAS DISCIPLINAS.

La convergencia entre el diseño gráfico y la comunicación presenta desafíos significativos y, al mismo tiempo, abre nuevas oportunidades para la construcción de discursos visuales en entornos digitales y físicos. La acelerada transformación tecnológica, la digitalización y la fragmentación de las audiencias han cambiado la manera en que los mensajes son diseñados, distribuidos e interpretados. En este escenario, la interdisciplinariedad entre ambas disciplinas no es solo deseable, sino esencial para generar contenido efectivo, accesible y culturalmente relevante (Manovich, 2001; Dabner, Stewart, y Zempol, 2014).

Desafíos en la era de la comunicación digital

Uno de los principales desafíos en la integración del diseño gráfico y la comunicación es la sobrecarga informativa en la era digital. La hiperproducción de contenido ha generado un ecosistema mediático donde la atención del público se ha vuelto cada vez más efímera, exigiendo estrategias visuales y narrativas que capten y retengan la atención en cuestión de segundos (Dabner et al., 2014). En este contexto, el diseño gráfico enfrenta el reto de sintetizar mensajes

complejos de manera visualmente impactante sin perder precisión en la transmisión del significado.

Otro desafío clave es la fragmentación de las audiencias y la personalización del contenido. Con la proliferación de plataformas digitales, el consumo de información ha pasado de ser un proceso uniforme a una experiencia segmentada y algorítmicamente determinada (Manovich, 2001). Esto obliga a diseñadores y comunicadores a desarrollar mensajes flexibles, adaptables a distintos formatos y contextos, desde redes sociales hasta interfaces interactivas de usuario (UX/UI). La capacidad de modular los mensajes en función del público y el medio de difusión se ha convertido en una habilidad crucial para garantizar la eficacia de la comunicación visual.

Asimismo, el avance de la inteligencia artificial (IA) en el diseño gráfico y la comunicación plantea un reto en términos de creatividad y control del mensaje. Herramientas de IA como DALL·E, Midjourney o Adobe Firefly han automatizado la generación de imágenes y diseños, lo que ha llevado a cuestionamientos sobre el rol del diseñador en un entorno donde la producción visual se vuelve cada vez más autónoma (Munari, 2016; Frascara, 2006). Aunque la IA optimiza tiempos y facilita la creación de contenido visual, también genera desafíos éticos y conceptuales, como la estandarización del diseño y la pérdida de autenticidad en los mensajes.

Un aspecto crítico dentro de estos desafíos es la ética en la comunicación visual. En una era donde la manipulación de imágenes y la desinformación se han convertido en problemáticas globales, diseñadores y comunicadores tienen la responsabilidad de desarrollar mensajes visuales que sean atractivos, veraces y éticamente responsables (Costa, 2014). El diseño gráfico puede contribuir a la alfabetización visual, permitiendo que las audiencias sean más críticas frente a la información que consumen.

Oportunidades en la integración del diseño gráfico y la comunicación

A pesar de los desafíos, la convergencia entre ambas disciplinas también abre un amplio abanico de oportunidades para potenciar la comunicación visual en la era digital. Una de las mayores ventajas es el poder del diseño gráfico para estructurar narrativas inmersivas e interactivas. Tecnologías como la realidad aumentada (AR), la realidad virtual (VR) y el diseño de experiencia de usuario (UX) han permitido desarrollar contenidos que informan y generan experiencias de inmersión y participación del espectador (Manovich, 2001).

Otra oportunidad clave es el potencial del diseño gráfico para humanizar la comunicación digital. En un entorno dominado por algoritmos y automatización, los elementos visuales diseñados con un enfoque estratégico pueden generar conexiones emocionales más profundas con las audiencias (Dabner et al., 2014). La tipografía, el color, la composición y el uso de imágenes pueden ser herramientas poderosas para transmitir emociones y reforzar la identidad de una marca, una organización o un movimiento social.

Además, el diseño gráfico como herramienta de accesibilidad es un área con un gran potencial de impacto. La inclusión de principios de accesibilidad en la comunicación visual permite que los mensajes sean comprensibles para una mayor diversidad de públicos, incluyendo personas con discapacidad visual o cognitiva. Esto implica el uso de contrastes adecuados, tipografías legibles, descripciones textuales en imágenes y un diseño adaptado a múltiples dispositivos y necesidades (Costa, 2014; González, 2007).

Por otro lado, la digitalización ha potenciado la interdisciplinariedad en los procesos creativos. Actualmente, el diseño gráfico ya no opera en un contexto aislado, sino que se integra con disciplinas como la ciencia de datos, la semiótica y la inteligencia artificial para mejorar la efectividad del mensaje visual (Frascara, 2006). La posibilidad de

analizar métricas y datos de interacción permite que los diseñadores ajusten sus propuestas en función de la respuesta del público, optimizando la comunicación de manera continua.

Finalmente, el diseño gráfico y la comunicación, cuando se integran de manera estratégica, tienen el potencial de convertirse en un motor de transformación social. Las campañas de concienciación, la visualización de datos y los proyectos de comunicación para el cambio social han demostrado que el diseño puede ser una herramienta poderosa para la educación, la movilización ciudadana y la creación de discursos más inclusivos (Degenne, 2010; Oçak, 2020).

Así, como síntesis de este punto, se puede establecer que la relación interdisciplinaria entre el diseño gráfico y la comunicación plantea desafíos en términos de adaptación tecnológica, segmentación de audiencias y ética en la producción visual. Sin embargo, estas dificultades también representan oportunidades para repensar los modelos tradicionales de comunicación y desarrollar estrategias visuales innovadoras que respondan a las exigencias del mundo digital.

En este sentido, el diseño gráfico y la comunicación deben orientarse hacia una visión estratégica que optimice la transmisión de información y promueva la creatividad, la accesibilidad y la participación de las audiencias. La intersección entre ambas disciplinas permite mejorar la efectividad de los mensajes y abre nuevas posibilidades para la educación, la inclusión y la construcción de narrativas con impacto social.

- CONCLUSIONES -

El análisis de la interrelación entre el diseño gráfico y la comunicación evidencia que ambas disciplinas, lejos de operar de manera independiente, configuran un marco interdisciplinario que responde a las dinámicas culturales, sociales y tecnológicas contemporáneas. La convergencia entre estos campos optimiza la transmisión de mensajes y potencia la construcción de significados, la configuración de identidades y la estructuración de narrativas en contextos diversos.

Desde una perspectiva epistemológica, el diseño gráfico y la comunicación no pueden considerarse esferas aisladas, sino dimensiones interdependientes que se enriquecen mutuamente en la producción de conocimiento y en la construcción de discursos sociales. Como se ha argumentado a lo largo del ensayo, el diseño gráfico, además de su función estética, actúa como un lenguaje visual capaz de influir en la percepción y el comportamiento humano. Por su parte, la comunicación, concebida como un proceso de interacción simbólica, adquiere una mayor efectividad cuando se articula con estrategias de diseño que optimicen la claridad y la accesibilidad del mensaje.

En este contexto, el diseño gráfico se consolida como un mediador cultural que facilita la comunicación e influye en la transformación de las dinámicas sociales. A través de la organización visual de los elementos gráficos, los diseñadores pueden estructurar narrativas que trascienden lo meramente informativo y generan conexiones emocionales y cognitivas con las audiencias. Esta intersección se vuelve aún más relevante en la era digital, donde la sobrecarga informativa y la fragmentación de los públicos demandan estrategias comunicativas que capten la atención de manera eficiente y persuasiva.

El ensayo también ha puesto de manifiesto que la relación entre diseño gráfico y comunicación enfrenta desafíos significativos. La proliferación de la inteligencia artificial y la automatización en la producción visual plantean interrogantes sobre el papel del diseñador en un entorno donde las tecnologías emergentes están redefiniendo los procesos creativos. Del mismo modo, la ética en la comunicación visual se ha convertido en un aspecto crítico, especialmente en un contexto donde la manipulación de imágenes y la desinformación pueden distorsionar la percepción de la realidad.

No obstante, junto a estos desafíos, surgen oportunidades clave que pueden potenciar el impacto del diseño gráfico y la comunicación en la sociedad. La integración de tecnologías como la realidad aumentada (AR), la inteligencia artificial y la visualización de datos ha permitido expandir las posibilidades expresivas del diseño y mejorar la experiencia del usuario en entornos digitales. Asimismo, la accesibilidad en la comunicación visual representa una oportunidad para desarrollar estrategias más inclusivas que garanticen que los mensajes sean comprensibles para audiencias diversas, incluyendo personas con discapacidades visuales o cognitivas.

En conclusión, el estudio de la interdisciplinariedad entre el diseño gráfico y la comunicación demuestra que la integración de ambas disciplinas es fundamental para la configuración de discursos en la sociedad contemporánea. El diseño gráfico embellece los mensajes, los estructura, los hace comprensibles y refuerza su impacto cultural y social. A su vez, la comunicación se beneficia del diseño al potenciar su capacidad para transmitir ideas de manera efectiva y persuasiva.

En un mundo donde la imagen se ha convertido en el lenguaje predominante, la sinergia entre diseño y comunicación se consolida como una herramienta clave para la construcción de significado y la transformación social. Es imperativo que estas disciplinas continúen evolucionando en conjunto, adoptando nuevas metodologías y tecnologías que permitan optimizar su impacto en una sociedad

caracterizada por la inmediatez, la interactividad y la constante transformación digital.

- REFERENCIAS -

- Barnard, M. (2005). Graphic design as communication. Routledge.}
- Castells, M. (2000). La era de la información: economía, sociedad y cultura (2.^a ed., Vol. 1). Alianza Editorial.
- Costa, J. (2014). Diseño de comunicación visual: el nuevo paradigma. *Grafica*, 2(4), 89–107. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.23>
- Cravino, A. (2021). Notas para una epistemología del diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (139). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi139.5086>
- Dabner, D., Stewart, S., & Zempol, E. (2014). Graphic design school: The principles and practice of graphic design (5th ed.). John Wiley & Sons Inc.
- Degenne, A. (2010). Reviews: Formal and informal knowledge: Arnaud Sales and Marcel Fournier, Eds, Knowledge, communication and creativity. *International Sociology*, 25(2), 227–230. <https://doi.org/10.1177/02685809100250020802>
- Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación (1.^a ed.). Infinito.
- Frascara, J. (2008). Diseño gráfico para la gente. Ediciones Infinito.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del oprimido (2.^a ed.). Siglo XXI Editores.

- Gamonal-Arroyo, R., & García-García, F. (2015). La capacidad discursiva del diseño gráfico. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(1), 9–24. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2015.v27.n1.43009
- García, N. (1990). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Grijalbo.
- González, M. N. (2007). Para una reflexión epistemológica sobre la ciencia de la información. *Signo y Pensamiento*, 25(50), 46–61.
- Hembree, R. (2006). *The complete graphic designer: A guide to understanding graphics and visual communication*. Rockport Publisher.
- Hollis, R. (2000). *El diseño gráfico*. Ediciones Destino.
- Ledesma, N., Osuna, E. G., & Flores, E. (2022). La sociología del diseño gráfico como propuesta de unidad de aprendizaje para fomentar la responsabilidad social. Zincografía. <https://doi.org/10.32870/zcr.v6i12.182>
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. The MIT Press.
- Munari, B. (2016). *Diseño y comunicación visual: Contribución a una metodología didáctica* (2.ª ed.). Editorial Gustavo Gili.
- Öçak, Z. (2020). İletişim biliminin oluşumunda pozitivist epistemolojinin rolü. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (36), 119–140. <https://doi.org/10.17829/turcom.842690>
- Peña, N. (2019). El diseño gráfico más allá de la experiencia visual-optica. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 30(Esp.2), 101–112.

- Piñuel, J. L. (1986). Fuentes epistemológicas de la comunicación. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (33), 35–54. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.33.35>
- Ramírez, K. G. (2021). El diseño gráfico a través del discurso de sus actores. Reflexiones epistemológicas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 20(36). <https://doi.org/10.55738/alaic.v20i36.701>
- Valdettaro, S. (2015). Epistemología de la comunicación: Una introducción crítica (1.^a ed.). UNR Editora.
- Verón, E. (1993). La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad. Editorial Gedisa.
- Vilchis, L. del C. (2023). Analogía, un modo de interpretación del diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (205). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi205.9781>