

## El periodismo visto desde la sistémica y la teoría del actor-red

### *Journalism as seen from the systemic and actor-network theories*

Raymond Colle<sup>1</sup>

---

Citar: Colle, R. (2024). El periodismo visto desde la sistémica y la teoría del actorred. *Intersticios*, 3, pp. 13-33.

Recibido: mayo/2024  
Aceptado: agosto/2024

*Periodismo/ Artículo científico*

#### **Resumen:**

El trabajo periodístico puede ser analizado desde distintos ángulos y aplicando distintos métodos. Se ha optado aquí por los puntos de vista de la teoría de sistemas y de la teoría del actorred y se muestra cómo ambas se relacionan y complementan. Se explica brevemente en qué consisten y se explica luego la utilidad de cada una para describir. Luego considera el contexto de la labor periodística, antes de analizar el sistema “prensa”. Posteriormente se analiza más en detalle el rol del editor de prensa, el del periodistareportero y el de los usuariosdestinatarios, para abordar luego el rol propio de los instrumentos utilizados y los efectos de este tipo de comunicación.

**Palabras clave:** prensa - periodismo - teoría de sistemas - teoría del actorred

#### **Abstract:**

*Journalistic work can be analyzed from different angles and applying different methods. The points of view of systems theory and actor-network theory have been chosen here and it is shown how both are related and complement each other. It is briefly explained what each one consists of and then it is explained the usefulness of each one. Then we move on to consider the context of journalistic work, before analyzing the “press” system. Subsequently, the role of the press editor, the journalist-reporter, and the users-recipients are analyzed in more detail and the role of the instruments used and their effects are addressed.*

**Keywords:** Press – journalism - system theory - actornetwork theory

---

<sup>1</sup> Profesor jubilado Pontificia Universidad Católica de Chile.

## INTRODUCCIÓN

¿Por qué abordar el periodismo desde estos dos enfoques conjuntamente?

La teoría del actorred (Actor-Network Theory, ANT o TAR) ha sido desarrollada en los años ochenta por Bruno Latour, Michel Callon y John Law. Es tanto una teoría de la acción como un modelo investigativo que integra personas y artefactos técnicos y que reconoce la importancia de la noción de sistema, por la cual un elemento concreto e individual no tiene significado si no se entiende en el conjunto de relaciones que mantiene con otros elementos. Tanto la TAR como la teoría sistémica nos ofrecen conceptos de gran utilidad para estudiar el periodismo y ambas teorías nos proponen modelos útiles para representar los componentes, las funciones y las relaciones que componen esta actividad.

Refiriéndose a los fronteras entre los dominios social y técnico que une la TAR, Scolari señala en su libro la importancia de esta y de la teoría de la “construcción social de la tecnología” (SCOT) de Bijker et al. (2012). “En lugar de asumir que estos límites están preestablecidos y son estáticos, estos teóricos consideraron que las fronteras son trazadas por las interacciones entre los actores” (Scolari, 2023, p. 5859).

Como bien señala Scolari, “los modelos son componentes claves de cualquier construcción teórica” (2023, p. 38). Su objetivo es “describir un proceso u objeto, mientras que las teorías están orientadas a la explicación” (p. 39). El modelo, generalmente, surge de una teoría y sirve para representarla.

Desde el modelo original de Shannon y Weaver (emisor > receptor) decenas de modelos han sido formulados. En una investigación con alumnos llegamos ya contar más de cincuenta en la década de 1980. Y más tarde surgieron muchos otros. Esto llevó a Robert Craig (1999) a formular un “metamodelo” que proponía un mapa con siete tradiciones o paradigmas de investigación: “retórico, semiótico, fenomenológico, cibernético, sociopsicológico, sociocultural y crítico” (Craig, como se cita en Scolari, 2023, p. 41).

Podríamos posiblemente colocar la teoría de sistemas en el campo del paradigma cibernético y la TAR en el sociocultural. Pero no es nuestro objetivo discutir aquí si corresponde o no esta nomenclatura. En efecto, ambas teorías no pretenden ser teorías de la comunicación, pero pretendemos mostrar que se aplican y pueden ser utilizadas perfectamente para analizar fenómenos de comunicación.

### 1. EL MODELO SISTÉMICO

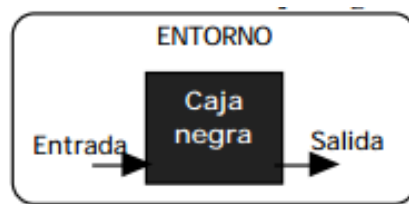
El objetivo del método de análisis sistémico propuesto por la teoría general de sistemas (hay una versión americana, que se debe a L. von Bertalanffy, y una versión francesa, expuesta

por J. L. Lemoigne, con diferencias menores), consiste en concebir un modelo de la realidad bajo estudio, es decir, un tipo de representación que permite rendir cuenta de las observaciones realizadas y prever el comportamiento de un sistema en condiciones variables. “Un modelo nos ayuda a centrarnos en algunas partes y sus conexiones, mientras ignoramos otras”, declaró Shoemaker (2004, p. 110, como se cita en Scolari, 2023, p. 39). La ambigüedad del término “sistema” en el lenguaje ordinario no plantea problema alguno, al contrario: da cuenta de que se perciben —aun confusamente— rasgos comunes en numerosos objetos o fenómenos diversos.

Los objetos estudiados de este modo son dinámicos y la identificación de los procesos que los caracterizan es la prioridad del análisis. Para ello, Ross Ashby introdujo el concepto de “caja negra”, ingenio que procesa una entrada y genera con ello una salida; siendo entrada y salida elementos pertenecientes al entorno (véase Gráfico 1). Es “negra” en el sentido de que, al menos inicialmente, no se conoce lo que hay ni lo que ocurre “adentro”: solo se sabe que “hace algo”, que “opera una transformación”, es decir, que “procesa” elementos provenientes del entorno.

**Gráfico 1**

*Caja negra*

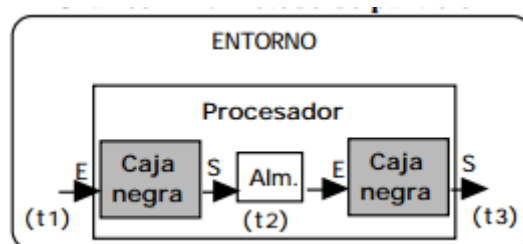


*Fuente: Colle, 2002, p. 69*

Distinguir componentes internos (elementos estructurales o funciones) es lo que se llama habitualmente “realizar una partición” y constituye la esencia del trabajo analítico. Así, se considera que la definición de un sistema implica identificar al menos dos procesadores elementales y su interacción, es decir, realizar al menos una partición. Pero una única partición puede – obviamente – poner en evidencia más de dos “cajas negras” y más de un mero flujo entre ellas. Además, si un sistema – procesador – se compone de varios subsistemas – cajas negras –, lo habitual es que entre estos exista un “almacén” donde se conserva transitoriamente lo transmitido (lo que habitualmente se llama “memoria”).

**Gráfico 2**

*Método de partición*



*Fuente: Colle, 2002, p. 70.*

Se parte de la hipótesis de que un sistema se compone de otros sistemas más simples, llamados “elementos”, que son también cajas negras con procesadores, cada una de los cuales es a su vez definida por su comportamiento en relación con las demás. Parte importante del estudio y modelización de un sistema se transforma en la investigación de las relaciones entre procesadores y en la construcción y caracterización de la red que los une. Los procesadores organizados en red constituyen la “estructura del sistema”. Como veremos, esta visión es muy cercana a la de teoría del actorred: vemos unidades activas que se estructuran en una red. También podemos observar el rol esencial de la comunicación.

## 2. ÉL NÚCLEO DE LA TEORÍA DEL ACTOR-RED

Bruno Latour se opone a la concepción sustancialista tradicional de la sociología para plantear una sociología de las asociaciones cuyos elementos son constituidos de forma relacional en una red de entidades heterogéneas. Pero las asociaciones no deben ser entendidas como agrupaciones estables (estructuras) sino como mecanismos dinámicos. “La teoría del actorred no es una teoría de la naturaleza del mundo social (no es una metafísica de lo social), sino una teoría de la investigación en las ciencias sociales” (Latour, 2010, p. 4)

Y agrega:

Voy a redefinir lo social, no como un dominio especial, un reino específico o un tipo de cosa particular, sino como un movimiento muy peculiar de reasociación y reensamblado. (...) Es visible solo por los *rastros* que deja (al enfrentar pruebas) cuando se está produciendo una *nueva* asociación entre elementos que en sí mismos no son “sociales” en ningún sentido. (Latour, 2008, pp. 21 y 23. Las bastardillas son del original)

El concepto central de la TAR es el de “actor”: “Un ‘actor’, tal como aparece en la expresión unida por un guion actorred, no es la fuente de una acción sino el blanco móvil de una enorme cantidad de entidades que convergen hacia él” (Latour, 2008, p. 73).

Hablar así de actor lleva necesariamente a hacer preguntas sobre numerosos otros elementos: ¿qué están haciendo los otros actores?, ¿se transmite adecuadamente el mensaje?, ¿interviene personal técnico?, etc. No hay ningún “actor” aislado de otros. En una acción, el ser humano “nunca está solo” y, por ello, se habla de “actorred” (Latour, 2008, p. 70). Podemos entender la idea central de esta teoría recurriendo al concepto de “acoplamiento social” de Maturana y Varela: no somos lo que somos sin nuestros intercambios con otros, y todas nuestras relaciones influyen en lo que somos. El actorred es el producto de la acción de otros y puede, a su vez, actuar sobre otros, pudiendo producirse también un bucle de retroalimentación.

Así, el principio básico de la teoría es que “[u]n actor es un conjunto de relaciones”. Y “[s]i un actor no provoca efecto alguno no es un actor” (Latour, 2008, p. 189). La metodología de la TAR pone como punto de partida de la investigación a la pregunta “¿qué cambios sufrió X y qué o quiénes los causaron?”. Como se ve, en términos de comunicación, se parte del receptor y de los efectos producidos en él, para luego remontar a las fuentes.

Es importante tener en cuenta que un actor puede no ser humano. Considerar solamente a las personas no es suficiente y la TAR insiste en la importancia del entramado formado por la asociación de actores no humanos, humanos e híbridos. Así, hay artefactos que, también, pueden tener efectos relevantes en los actores. Muchos objetos “hacen cosas”: los cuchillos cortan la carne, los cronogramas ordenan actividades, las etiquetas muestran los precios en el supermercado, etc. Son “participantes” que la TAR quiere tomar en cuenta (Latour, 2008, p. 107). No hay manera más clara de exponerlo hablando hoy de los computadores y, aún más, de los “teléfonos inteligentes”, que permiten rastrear las relaciones.

Es especialmente útil, en nuestra época, para tener en cuenta el rol de la ciencia y la tecnología, uno de los objetivos de la TAR. Y la clave, siempre, consiste en considerar las relaciones.

### 3. LA TAR, LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO

La teoría clásica de la comunicación se interesaba relativamente poco por los instrumentos, mientras la TAR aporta un nuevo enfoque que da a estos el carácter de actor en muchos casos. De este modo, atiende mejor las condiciones de producción y circulación de la información, así como sus consecuencias. En este sentido, McLuhan se anticipó al analizar los medios en su accionar y sus efectos propios (*Understanding Media* y *The Medium is the Message*), algo que se aborda más frecuentemente a raíz de la difusión de los *smartphones* y los *social media*<sup>2</sup>.

Weaver definió la comunicación como los “procedimientos por los cuales una mente (o una máquina) puede afectar a otra” (Shannon y Weaver, 1948, p. 19). Considerar cómo una mente puede afectar a otra en forma útil es lo que consideran las ciencias cognitivas, que definen la comunicación social como “el conjunto de los intercambios observables y dotados de sentido que los hombres mantienen entre sí a través del medio ecológico en que están insertos” (Colle, 2002, p. 31<sup>3</sup>).

Aquí, en lugar de considerar la generación y transformación de las señales como en la teoría de la información de Shannon y Weaver, se estudian las variaciones en el estado de un sistema vivo y la información se entiende como un cambio en el estado de este sistema, resultado del proceso. El análisis sistémico es por lo tanto muy apropiado para estudiar las relaciones de comunicación entre seres humanos (que conforman redes, como las que el análisis de los

<sup>2</sup> Mantendremos el apelativo original *social media* o “medios sociales” para diferenciarlos de las redes sociales, término que tiene sociológicamente un sentido más amplio.

<sup>3</sup> La paginación de las citas de esta obra corresponde a la versión en PDF, que es la más accesible.

actoresred quiere poner en evidencia). La dimensión psicológica, que considera las operaciones mentales correspondientes, relaciona información, significado y conocimiento.

Cuando un científico nos dice que (...) la luz de una estrella lleva información sobre la constitución química de la misma, se está refiriendo claramente a la información como algo que puede proporcionar conocimiento. Un estado de cosas contiene información sobre X en la medida en que un observador convenientemente situado pueda enterarse de algo acerca de X consultándolo. Este es exactamente el sentido en que decimos que los libros, los periódicos y los expertos contienen, o tienen, información sobre un determinado tema. (Dretske, 1989, p. 51)

Y nos encontramos así con la función principal del periodismo: proporcionar conocimiento mediante el proceso de información, lo cual requiere a su vez disponer previamente de conocimiento. Solo por medio de la información confiable se obtiene conocimiento y solo al tener conocimiento se puede “emitir información”.

#### 4. EL CONTEXTO DE LA LABOR PERIODÍSTICA

Es importante tener en cuenta el contexto del trabajo periodístico: “[l]os medios no están solos, son actores de un ecosistema más amplio que incluye a otros medios, instituciones e individuos” (Scolari, 2023, p. 37).

El periodismo —o el medio de prensa— puede ser abordado y analizado de distintas maneras: el sistema tecnosocial en el cual vivimos, las influencias que se ejercen sobre los medios de comunicación y las estructuras típicas de los medios de comunicación.

Vivimos en una realidad social y cultural ampliamente condicionada por la tecnología (lo que Neil Postman llamó “tecnópolis”), principalmente informática. Pero las tecnologías son un producto humano y todos los poderes —sobre todo políticos y económicos— son afectados por las innovaciones y hacen lo posible para utilizarlas en beneficio propio. La informática ha dado origen a las redes de comunicación digitales y estas han creado un mundo nuevo, con nuevos poderes, de los que dependen desde los Estados hasta cada uno de nosotros.

El profesional (reportero) se encuentra inserto y bajo la influencia de lo que podemos llamar el “actorred general”, un mundo interconectado de múltiples niveles y en una forma cada vez más inextricable (y poderosa). Este mundo está conformado por un subconjunto de redes y por los múltiples sistemas de comunicación (con variados instrumentos), que interactúan y hacen cada vez más complejo el “ecosistema” de los medios. En el centro de estos aparecen hoy las “plataformas” de los medios sociales<sup>4</sup> que son, sin duda, los “influenciadores” más importantes.

<sup>4</sup> Utilizamos siempre los términos “medios sociales” por *social media*, en vez de “redes sociales”, que tienen un significado sociológico diferente. Danah Boyd y Nicolle Ellison (2007) fueron las primeras en hacer un abordaje de este asunto utilizando el concepto de *Social Networks Sites* (SNS): sitios de redes sociales.

Al nivel del medio como organización, hemos de considerar también otros actores: el medio se encuentra sujeto a las influencias de los reguladores (legislación de prensa y de telecomunicaciones e Internet), de los operadores (ISP<sup>5</sup>, plataformas de medios sociales y canales digitales utilizados), de las acciones de lectura de sus lectores (fuentes de *little data*) y dependientes de las acciones de terceros que pueden ser tanto actores de los sucesos a comunicar como también fenómenos físicos de los cuales conviene informar, siendo la naturaleza, en este caso, una especie de actor complementario. Depende también de los medios de financiamiento: publicistas y lectores (suscriptores o meros “visualizadores” de anuncios) y, eventualmente, inversionistas. Todos estos forman parte del entorno social y físico.

Decisiones políticas pueden afectar enormemente los medios de comunicación y la prensa en particular, como se acaba de observar con la decisión del presidente argentino, Javier Milei, de clausurar la agencia de noticias Télam. Al respecto, el director de la Oficina de Reporteros Sin Fronteras (RSF) en América Latina, Artur Romeu, expresó:

Además de los más de setecientos trabajadores, Télam producía mensualmente más de 12 000 cables, 6 000 fotografías, 400 videos y un centenar de audios que recibían más de ochocientos clientes y medios, públicos y privados. (...) El desmantelamiento de los medios públicos supone un riesgo real para el pluralismo en Argentina. (Chávez y Lagos, 2024)

La ausencia de medios públicos —si bien pueden estar influenciados por la ideología del gobierno de turno— deja aún un mayor control a los grandes grupos económicos “con intereses cruzados en empresas de telecomunicaciones, televisión abierta y pagada, prensa impresa, medios nativos digitales” (Chávez y Lagos, 2024).

## 5. LA PRENSA COMO ACTOR-RED Y COMO SISTEMA

De acuerdo con el método de la TAR, válido también en sistémica, hemos de considerar aquí los sujetos y los objetos. Hablar de “el periodismo”, implica considerar tanto el medio de prensa (organización) como quienes realizan la tarea, esencialmente los periodistas y editores (para no entrar en más detalles).

No consideraremos la totalidad de la empresa, sino solamente lo relativo directamente a la función periodística para realizar un breve análisis sistémico.

Carlos Marín (2003) señala de este modo las principales funciones de la empresa y sus exigencias:

---

<sup>5</sup> *Internet Service Provider*, o proveedor de servicios de Internet.

Las empresas periodísticas, cualquiera que sea el medio que empleen, son localizadoras, procesadoras y transmisoras de información. Se dedican a la recopilación, al manejo, a la difusión de datos y de opiniones de interés público, y realizan este trabajo de manera periódica, oportuna, verídica y verosímil. (Marín, 2003, p. 10)

La sistémica recurre a la elaboración de listas, tablas y gráficos, lo cual se llama “sistemografía”. Se parte de la elaboración de una lista de elementos (subconjuntos o actores individuales) señalando su función y luego se los representa habitualmente en un gráfico estructural. Nos limitaremos aquí a una visión condensada, listando las funciones correspondientes a cada elemento (subsistema) del sistema “Prensa”, con las entradas y salidas de información que les corresponde<sup>6</sup>:

**Dirección general.** Función: definir orientación y política general. Entrada: opción ideológica/política del medio. Salida: orientaciones para el editor y los periodistas.

**Editor.** Función: Planificación, gestión de entradas y salidas informativas. Entradas: orientaciones de la directiva, entradas generadas por los periodistas, contenido recogido acerca de los lectores (*little data*), datos sobre el mercado. Salidas: contenido del medio, informes para la dirección general, archivo.

**Actante** (puede ser una persona —actor o testigo— o un proceso natural que genera el evento observado). Función: generar un suceso o relatarlo. Entrada: no corresponde. Salida: evento.

**Periodista.** Función: recoger información y formular un relato. Entrada: evento o testimonio. Salida: relato.

**Ilustrador.** Función: diseño de interfaz y de ilustraciones. Entradas: especificaciones del canal, información periodística. Salidas: interfaz de usuario, gráficos, imágenes.

**Programador.** Función: diseño de interfaz. Entrada: información sobre canales de recepción. Salidas: formatos de publicación.

**Centro de documentación.** Función: “memoria” del medio. Entrada: contenido del medio y de otras fuentes. Salida: información utilizable.

**Publicista/Avisador.** Función: financiación. Entradas: órdenes de difusión (de agencias y otros). Salidas: inserciones, dinero.

**Receptor.** Funciones: recepción, financiación (directa o indirecta). Entrada: contenido del medio. Salidas: datos de lectura, suscripción o “clicks” en *ads*, posible *feedback*.

---

<sup>6</sup> Nos basamos en Colle, 2022, pp. 17-19.



## 6. LAS PERSONAS EN EL SISTEMA

Todas las funciones antes señaladas son cumplidas por personas. Las personas han de ser consideradas genéricamente como organismos vivos —de naturaleza biológica—, que cuentan con todos los sistemas y subsistemas requeridos para asegurar su supervivencia como tal y, en particular, con un sistema altamente desarrollado para el manejo de información acerca de su entorno y para la modificación de este: el sistema nervioso. En este sentido, una persona —ser humano— es un sistema abierto, dinámico y homeostático.

Encontramos un análisis exhaustivo del sujeto humano (y de todo el proceso) en Colle (2002), quien adopta el punto de vista de la ingeniería cognitiva, que combina la biología, la psicología y la informática, aplicando el análisis sistémico.

La función global del sistema nervioso es central en relación al manejo de información y realiza la gestión de entrada (percepción), de conservación (memorización) y de salida (expresión) de cierta “materia prima” —la información—, cuyo fin primario es apoyar la supervivencia y el desarrollo del organismo, en este caso de su desarrollo cognitivo.

Pero el sistema nervioso no es el único involucrado. También lo está el sistema endocrino, que gestiona nuestras emociones. Los efectos psicológicos de la comunicación son el producto de ambos y los medios sociales afectan a ambos, como recordó Sinan Aral en su libro *The Hype Machine* (2020): “Recompensan nuestro sistema de dopamina<sup>7</sup> y nos animan a buscar más recompensas al conectarnos, involucrarnos y compartir en línea” (Aral, 2020, cap. 4). Veamos cuáles son los elementos, sus funciones, sus entradas y sus salidas (adaptado de Colle, 2002):

**Órganos de percepción.** Función: detección y “traducción”. Entradas: cambios externos e internos pertinentes. Salidas: perceptos (cambios internos procesables).

**Memoria de corto plazo (MCP).** Función: conservación transitoria. Entradas: representación inicial, eventual emoción, recuerdo (recuperado de la MLP, véase abajo). Salida: recuerdo temporal, representación para “producción”.

**Órgano procesador.** Función: identificar, conceptualizar, seleccionar. Entradas: perceptos, hormonas (emoción). Salidas: representaciones, estímulos motores, estímulos de enfoque atencional.

**Memoria de largo plazo (MLP).** Función: conservación. Entrada: representación final. Salida: recuerdo.

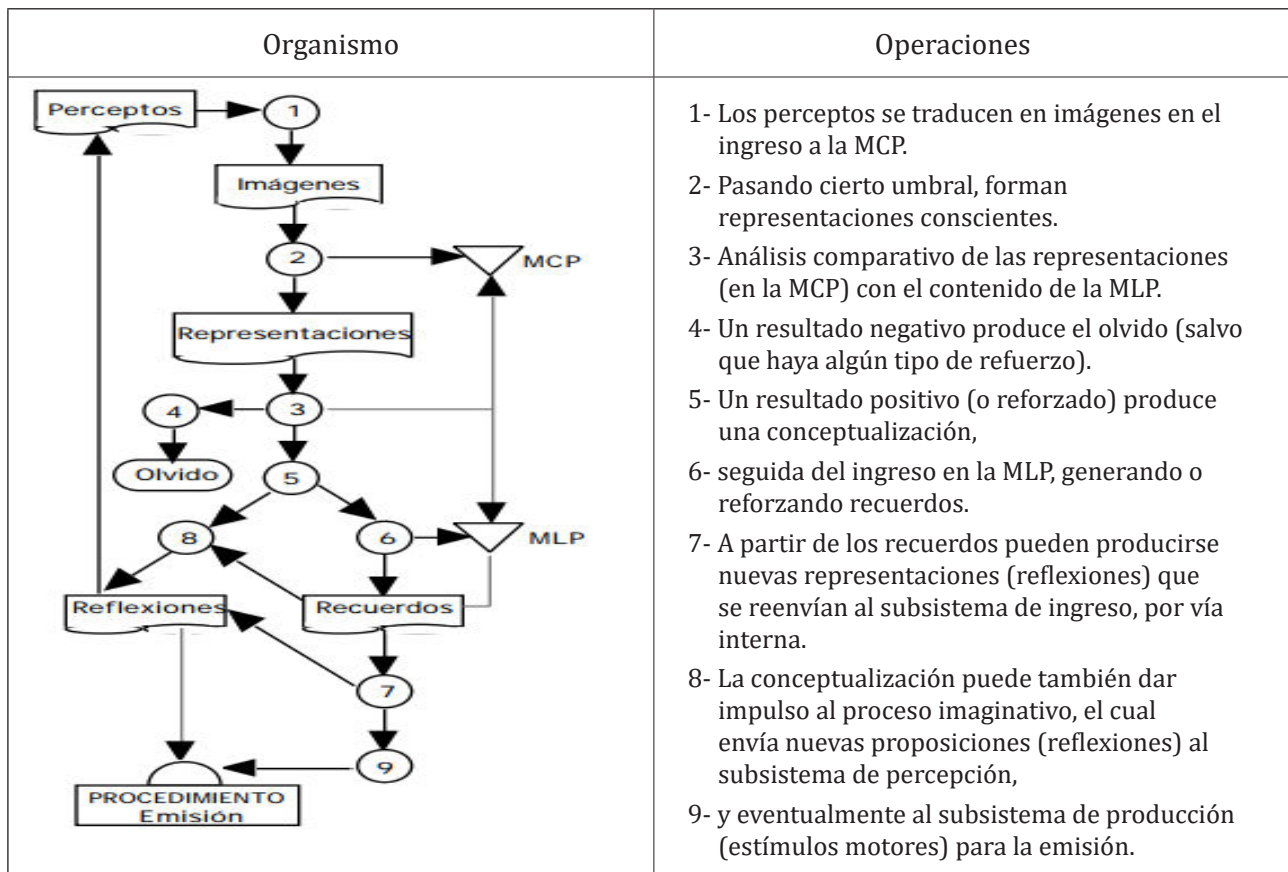
**Sistema endocrino.** Función: control de emociones. Entradas: representación. Salida: hormonas.

<sup>7</sup> La dopamina es una de las hormonas propias del sistema endocrino y está relacionada con la sensación de placer.

**Órganos motores.** Función: emitir información. Entradas: estímulos motores. Salidas: alteraciones físicas externas (“mensaje” emitido).

Es interesante ver cómo se organizan y relacionan estos componentes y estos procesos. Esto nos lo puede poner en evidencia un flujograma como el que sigue:

**Gráfico 3**  
*Flujograma de operaciones mentales<sup>8</sup>*



La estructura y las operaciones del sistema considerado, que es el correspondiente al manejo de las comunicaciones, debe verse en el enfoque de la psicología genética, que nos enseña que el ser humano es un receptor antes de llegar a ser un emisor eficiente.

Las operaciones del sistema procesador (operaciones mentales) merecerían ser abordadas más detalladamente dadas sus complejidades, ya que de ellas depende la transmisión de la información y, sobre todo, su comprensión; pero desbordarían el espacio disponible para este artículo y su objetivo. Precisemos un poco, sin embargo, lo que ha de realizar el periodista. La función primordial del periodista consiste en “difundir información”, recogida de una u otra fuente, de tal modo que pueda transformarse en conocimiento. La “información” se entiende generalmente como lo que un observador (o destinatario de la comunicación) obtiene al tener

<sup>8</sup> Adaptado de Colle, 2002, pp. 129 y 158 (Versión PDF).

conciencia de lo que percibe, modificando el estado de su conocimiento. Para que haya información es necesario que haya algún tipo de cambio del que tomemos conciencia, lo que significa que nos hemos de formar una representación mental, no necesariamente verbal. Las representaciones pueden ser proposicionales (asociadas al lenguaje), icónicas (visuales), asociadas a otros tipos de percepciones y asociadas a la ejecución de acciones. Puede parecer que solo las dos primeras están implicadas en el trabajo periodístico, pero es evidente que no serían posibles sin la realización de ciertos tipos de acciones indispensables para obtener la información.

El contenido de la comunicación periodística es por esencia una información que está necesariamente relacionada con el conocimiento de quien la emite, al mismo tiempo que su objetivo o finalidad será lograr también un conocimiento en el destinatario. Pero es importante considerar aquí que un mismo referente puede ser representado de diferentes maneras, especialmente de modo verbal: dos personas pueden describir un mismo objeto con diferentes palabras, teniendo por lo tanto representaciones mentales diferentes, lo mismo que quienes las escuchan. El proceso de comunicación pasa de este modo por varias etapas, en las cuales el mensaje (la información) puede ser alterado, y es un logro extraordinario si el contenido final se asemeja al del punto inicial. El periodista es el observador de un evento que llamaremos “Evento 1”, al cual corresponde la información que desea transmitir y el “Significado 0”, que corresponde a lo percibido. Pero para formular el mensaje, lo elabora mentalmente y su codificación tiene asociado un significado (“S1”) que no será idéntico al “Significado 0”, sino ajustado en función de su interpretación personal y de la intención u objetivo de la comunicación y del medio (código y canal) utilizado. La emisión constituye un nuevo evento (“Evento 2”), portador de la “Información 2”, que será percibido, decodificado e interpretado a su manera por el receptor, lo cual genera un significado (“S2”) y, finalmente, una “Información 3” que será lo que entendió e hizo suyo el receptor. La pregunta es: ¿cuál es la relación entre el “Significado 1” y el “Significado 2”, entre la “Información 1”, la “Información 2” y la “Información 3”? Es misión del periodista lograr la máxima semejanza entre la “Información 1” y la “Información 2”, pero escapa a su control la relación entre la “Información 2” y la “Información 3”. Basta recordar la creciente distorsión que ocurre en la transmisión oral de información de persona a persona (como en el juego del “teléfono árabe”).

## 7. EL EDITOR

Un rol particular es el del editor de prensa (elegimos hablar de “editor” para la dirección de prensa, pudiendo tener diversos nombres, según la nomenclatura de cada medio: director, jefe de redacción, etc.). El editor es el principal responsable del contenido publicado, desde el momento mismo de la selección de los eventos y temas. La observación del contexto, tanto por el editor como por los periodistas que dirige, es evidentemente el punto de partida. De este forman parte los medios sociales, que no solamente plantean temas sino también problemas de oportunidad. Ha de tomar algunas veces decisiones rápidas, que pueden ser muy difíciles dado que la verificación de las noticias, lamentablemente, requiere tiempo. Los editores y periodistas

no están en condiciones de prevenir la difusión viral de noticias falsas, aunque pueden quizás poner en guardia a sus destinatarios cuando detectan tal difusión, y requieren tiempo para efectuar las verificaciones. Felizmente están surgiendo nuevas herramientas prometedoras para acelerar la verificación, como apelar a los mismos lectores (bastarían 10, según una investigación<sup>9</sup>) para verificar o desacreditar afirmaciones, lo cual puede ser mucho más rápido que los verificadores profesionales, y con niveles similares de precisión.

Como para todo ser humano, para el editor los órganos perceptores transforman los cambios externos en cambios internos con significado (es decir, pasando del mero nivel biológico al psicológico) si sobrepasan cierto umbral (variable según el órgano involucrado). El procesador (mente) interviene primero en la recepción, identificando lo observado (fase de reconocimiento, comparando el contenido de la memoria de corto plazo —MCP— con el de la memoria de largo plazo —MLP— y ordenando eventualmente la conservación) y luego en la preparación de la emisión, recuperando contenido de la MLP y construyendo en la MCP la representación del mensaje que pretende emitir. De ahí que la MCP también aparece con esta doble división. Estas serían en este caso, a nuestro juicio, las funciones y flujos en el caso del editor:

**Función de planificación.** Entradas: políticas empresariales y posibles impulsos emocionales. Salidas: eventos seleccionados a cubrir, artículos redactados, plan de difusión, información para la dirección.

**Función de obtención de información.** Entradas: identificación de eventos a “cubrir”, información de fuentes, información de mercado, información sobre la recepción. Salidas: pauta (lista de eventos a cubrir), informe a la dirección.

**Función de análisis y evaluación.** Entradas: contenidos elaborados por los periodistas. Salidas: relatos revisados/reportajes, órdenes de revisión, pauta de emisión.

Hay que tener en cuenta la evolución de la tecnología, de lo cual el editor debe estar informado. No solo ha de utilizar herramientas computacionales actualizadas, sino observar su evolución y evaluar nuevas herramientas. Han aparecido empresas que ofrecen plataformas de planificación de medios impulsadas por inteligencia artificial para “llegar mejor” a la audiencia que, por hoy, deberían ser observadas con cautela (no es fácil saber cómo ha sido entrenada esta inteligencia artificial), pero es posible que pueda transformarse a futuro en un recurso importante.

## 8. EL PERIODISTA

Si consideramos ahora más de cerca la labor del periodista, especialmente el reportero, hemos de recordar las distorsiones que hemos señalado a propósito de la comunicación en

---

<sup>9</sup> Véase Allen, J. N. L., Arechar, A. A., Pennycook, G., y Rand, D. G. (2020), *Scaling Up Fact-Checking Using the Wisdom of Crowds*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/9qdza>

general. El periodista es el observador del “Evento 1” al cual corresponde la información que desea transmitir y el “Significado 0”, que corresponde al referente. Pero el mensaje es el producto de su elaboración mental y su codificación tiene asociado un significado (“S1”) que no será idéntico al “Significado 0”, sino ajustado en función de su interpretación personal y de la intención u objetivo de la comunicación y del medio (código y canal) utilizado. La emisión constituye un nuevo evento (“Evento 2”), portador de la “Información 2”, que será percibido, decodificado e interpretado a su manera por el receptor. La información que puede recibir el destinatario es el contenido del relato, lo que implica un grado variable de semejanza/diferencia. Es tarea del periodista tratar de que la diferencia sea la menor posible.

Cómo repite constantemente la radio Biobío de Chile a sus auditores: “Si no está informado no puede tomar decisiones”. El periodista es un “factor de conocimiento” clave en la sociedad, pero lo es solo gracias a sus relaciones. Es un procesador eminentemente dependiente de su red de relaciones y condiciona las decisiones de sus receptores.

Al considerarlo como “actor-red”, observamos una situación muy parecida a la del editor: forma parte o es afectado por los mismos conjuntos humanos y circunstancias físicas. Dada su presencia, muchas veces simultánea, en medios impresos, *webs* institucionales y medios sociales, es importante recalcar la importancia de la relación de dependencia entre el periodista —si no es *freelance*— y el medio que lo emplea. De este modo, encontramos que se ejercen sobre él, tanto como sobre el editor, las siguientes influencias:

- El entorno físico
- El entorno social (especialmente el político y económico)
- Dentro de este: la nación
- Y dentro de esta: la familia, las instituciones educativas por las cuales pasó, los amigos, los medios sociales, las asociaciones ideológicas y las otras estructuras de la sociedad de la cual forma parte.
- La empresa a la cual pertenece, con su estructura (dirección, administración, área de producción, etc.).

Sabemos también que los periodistas pueden ser blancos tanto del crimen organizado como de gobiernos que no se fían de ellos (la situación de México, de Nicaragua y otros países es conocida).

Como los mismos lectores pueden también ser una fuente de información, la interactividad plantea diversos problemas. En los medios sociales significa la posibilidad de entablar un diálogo, una conversación, del periodista con los receptores, lo cual puede ser problemático en un ambiente de masividad; pero abre la posibilidad de que el diálogo permita subsanar las distorsiones en el significado transmitido a las cuales hemos aludido anteriormente. Si el periodista tiene varias decenas de seguidores, podría faltarle el tiempo para leer todas las réplicas. Sería conveniente

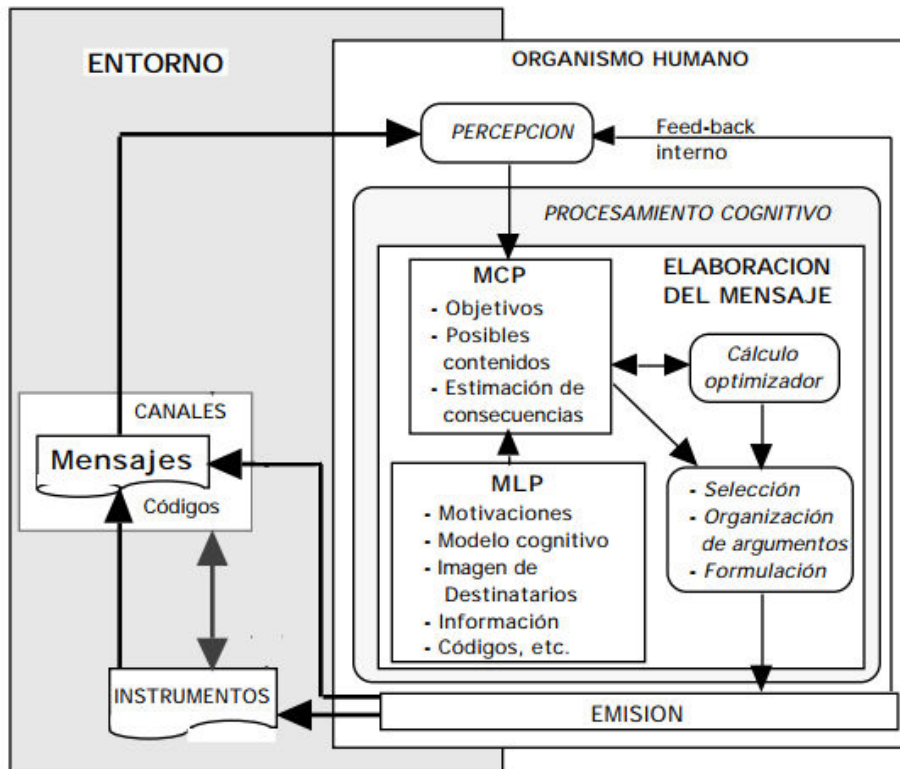
poder contar con un mecanismo de selección, para concentrarse en las más interesantes. Es posible que en este aspecto la inteligencia artificial aporte alguna solución.

En lugar de una lista de funciones y flujos entradasalida, incluimos aquí el gráfico en que Colle (2022) representa el proceso de producción del mensaje, basado en un análisis psiconeurológico (véase Gráfico 4).

Existe una dimensión del periodismo que puede pasar desapercibida: el periodista —o, más bien, el conjunto de los periodistas— es también un experimentador de los medios. Un ejemplo sería lo ocurrido con el video en 360°: en 2015 se hicieron varios reportajes con esta tecnología y la plataforma YouTube comenzó a alojarlos. Hicieron furor en 2019. Pero se descubrió rápidamente que, en el periodismo, el resultado no valía el esfuerzo. Rara vez lo que está detrás del observador merece ser expuesto y un cambio de encuadre puede ser suficiente. Los drones aportaron este cambio, con excelentes resultados con su visión aérea y son hoy de uso común. El medio (tecnología) influye en el periodista y el periodista influye en el medio. Los vídeos en 360° aún se mantienen, al parecer, aunque de forma restringida, para promoción del turismo y en algunos casos de *marketing*. Fueron asociados especialmente al desarrollo de lentes de realidad virtual que, hasta ahora, no han tenido gran éxito.

**Gráfico 4**

*Función de producción*



Fuente: Colle, 2022, p. 60.

## 9. EL CASO PECULIAR DEL RECEPTOR

Se podría olvidar que, en el “mundo digital” de hoy, el receptor es también un actor importante. En las comunicaciones digitales, el término “receptor” se ha vuelto obsoleto. Lo hemos utilizado hasta ahora porque es el término clásico pero deberíamos hablar de “prosumidor”, término introducido en 1979 por Alvin Toffler en su obra *La tercera ola*, fusión de las palabras productor y consumidor. En el mundo de las comunicaciones, el prosumidor deja de ser solo un receptor (consumidor) pasivo para convertirse en generador de contenidos y creador de ideas.

Al concepto de “prosumidor” se vino a agregar recientemente el de “inforg”: organismoinformación. Lo ha introducido en 1999 el filósofo Luciano Floridi, profesor de la Universidad de Yale y de la Universidad de Bologna, en su libro *Philosophy and Computing* (1999). Responde a la realidad que vivimos en dos entornos simultáneos: el analógico, de nuestra vida y hogar natural; el digital, de la vida que nos construimos en Internet.

Con la expansión de Internet y el posterior desarrollo de las redes sociales, hemos aprendido a vivir y a distribuirnos de manera simultánea en dos “hogares”: el tradicional al que volvemos físicamente cada día dejando atrás el estrés de la jornada laboral y el hogar virtual, que recoge y distribuye nuestros datos. Allí se archivan las vidas digitales en continua expansión. (Kukso, 2024).

El receptor/prosumidor/inforg dispone evidentemente de todos los órganos y funciones mentales que acabamos de exponer. Consideraremos las etapas de observación, procesamiento y eventual producción (emisión) en relación con las noticias, cada una con apoyo de la memoria<sup>10</sup>.

En la primera etapa, que es de observación, aparecen

1. una función de selección del medio de comunicación, con la entrada de un recuerdo (la preferencia por este o estos) y una salida, que es un impulso motor (hacerse con él);
2. una selección del contenido, cuyas entradas son el interés y los temas (proviendo de recuerdos), y la salida son perceptos;
3. la adquisición (conservación transitoria), cuya entrada son los perceptos y la salida una imagen mental.

Sigue una etapa de procesamiento, que incluye

1. una función de verificación temática, cuya entrada es la imagen mental procedente de la etapa anterior, y la salida una representación inicial;

---

<sup>10</sup> Nos basamos también en Colle, 2002.

## 2. una operación de análisis, que implica

- una comparación con los recuerdos, con la entrada de la representación inicial y la salida de una eventual identificación;
- la asociación, donde lo identificado (entrada) se transforma en recuerdo temporal (salida);
- una evaluación emocional;
- una evaluación fáctica, que hace pasar del recuerdo temporal (entrada) a un recuerdo reforzado o complementado, o bien al olvido.

Los medios que más han crecido últimamente son los que han incluido la participación de sus lectores. Por esta razón incluimos esta etapa, propia del “prosumidor”. El ecosistema de los medios sociales se vale de la tendencia innata a reproducir, así como también de nuestro deseo de vernos reconocidos y aprobados; una de las motivaciones fundamentales del ser humano, como considera el psicólogo Abraham Maslow, que desarrolló una teoría en torno a las motivaciones fundamentales de los seres humanos. La acción más simple del receptorprosumidor es reenviar la información a quienes, según cree, podrían estar interesados. Pero también puede comentar y criticar. Y, siendo testigo de algún evento, ser el primer relator de este. Pasamos así a la etapa o función de producción (emisión), que puede ser de mera reproducción (como el “retuiteo”) en que el recuerdo (entrada) se traspa en una copia con o sin un impulso emocional que lleva a una expresión de placer o disgusto, o bien de franca emisión de una representación mental propia (“discurso”), acompañado de los impulsos motores necesarios para operar un determinado canal de comunicación.

## 10. LOS “OBJETOS”

Recordemos que la teoría del actorred da gran importancia a los objetos y fenómenos “externos” que pueden tener un rol activo en las relaciones. Debemos considerar los siguientes instrumentos que no son meros elementos pasivos, sino que “actúan” en el proceso al imponer tanto ciertas condiciones de uso como también ciertas formas de expresión:

- Aparatos de producción (cámaras, micrófonos, impresoras, grabadoras, etc.)
- Computadores (CPU, periféricos de entrada y salida, memorias electrónicas)
- *Smartphones*, como medio de los prosumidores
- Redes físicas (cables, antenas, satélites, globos, drones, etc.)
- Soportes tradicionales (analógicos: papel y otros)
- Soportes digitales (tipo de plataforma, codificación *web* multimedial o no, etc.)



- Medios sociales
- Inteligencia artificial.

Son máquinas las que permiten al periodista llegar a su público e, incluso, a veces obtener la información. Y una vez “en la máquina” la información cobra vida propia: la máquina la difunde cuando el receptor la quiere recibir. ¡Esto ya fue señalado por John Bakeless en su ensayo *MachineMade Minds*, ¡de 1931 ! (Maher, 2024)

Basta pensar en las dificultades que ha encontrado —o sigue encontrando— la prensa tradicional para compatibilizar su modo de operar y su formato pasado con las exigencias de los recursos y medios digitales para convencerse del poder de actor que tienen estos.

El modelo de la *web*, por ejemplo, con sus sistemas de navegación por menús y enlaces (el hipertexto) ha ejercido una enorme influencia sobre todos los medios tradicionales de comunicación y es necesario reconocerlo y ajustarse a sus características fundamentales para estar presente hoy. Lo mismo ocurre con las plataformas de los medios sociales.

El modo digital y especialmente los medios sociales constituyen un “actor” que ha trastornado el modo de actuar de la prensa y obliga a considerar dos opciones:

La televisión y, de un modo más general, la radio y la prensa salen de una lógica de la oferta, mientras que los nuevos medios de comunicación, de una lógica de la demanda. Estas dos lógicas son en realidad complementarias. (...) La elección entre las dos depende mucho de la naturaleza de los servicios y de las preferencias de los individuos, sin que haya ninguna jerarquía en esta elección. (Wolton, 2000, p. 93)

La inteligencia artificial ha aportado nuevas herramientas al periodista: le facilita generar títulos alternativos y puede redactar sus resúmenes. Pero requiere supervisión: sabemos que también puede distorsionar los hechos y ser fuente de falsedades. En el futuro podría quizás llegar a reemplazar a los editores, si se le enseña algunas reglas (¡con la consiguiente pérdida de empleos!).

También han de tomarse en cuenta los medios y fenómenos naturales que pueden ser referidos por los periodistas y creadores de contenidos. Son otros “objetos” que pueden intervenir como actores.

## 11. LOS EFECTOS

La teoría de sistemas no contempla estudiar los efectos que las “salidas” pueden producir en el entorno, excepto si se puede producir un efecto de retroalimentación. La TAR,

por el contrario, les da una gran importancia, tanto que un elemento no puede ser un actor si no produce algún efecto.

Las tecnologías, bien se sabe, pueden causar grandes transformaciones en la sociedad. Se cita con frecuencia el caso de la “primavera árabe”, atribuida a los medios sociales. En el caso del periodismo, se discute hasta dónde es capaz de causar transformaciones políticas y el efecto de la propaganda “enemiga” (*fake news*, etc.) en las campañas electorales.

Ya hemos visto que solo hay una real información —y, por lo tanto, una efectiva comunicación— si se produce una adquisición de conocimiento por parte del receptor. Pero también se producen otros efectos, especialmente si el mismo tipo de comunicación se repite con frecuencia. Ya Marshall McLuhan había dicho que “el medio es el masaje”: va transformando sus usuarios (McLuhan y Fiore, 1969).

Los efectos de los medios se investigaron y comentaron desde 1920. Podemos citar, entre muchos otros, a Saperas, que investigó los efectos cognitivos de la comunicación de masas entre 1970 y 1987, a Castells (2000) con una visión general, a HernándezSantaolalla (2018), que revisó las teorías que derivaron de este tipo de investigación, sin olvidar a Everett Rogers y su teoría de la difusión de innovaciones (1962).

Es especialmente relevante tomar en cuenta lo que declaró Nicholas Carr: nuestra mente es alterada por Internet.

La Red muy bien podría ser la más potente tecnología de alteración de la mente humana que jamás se haya usado de forma generalizada. Como mínimo, es lo más potente que ha surgido desde la imprenta. (Carr, 2010, p. 144)

Recientemente surgió el interés por “la muerte *online*”: se estima que Facebook alberga actualmente más de 30 millones de cuentas aún activas que pertenecen a personas fallecidas. En el año 2070, los fallecidos podrían superar en número a los vivos en esta red social. “Cada perfil, así, es un ‘ataúd tecnológico’” (Kukso, 2024). Con ello, la inteligencia artificial ya es capaz de “resucitar” a los muertos y facilitar un diálogo con ellos. Y se teme que “pueden tener un impacto negativo en el proceso de duelo de los usuarios y, por lo tanto, tienen el potencial de limitar el bienestar emocional y psicológico de sus usuarios”, como señala Nora Freya Lindeman, investigadora de la Universidad de Osnabrück (Kukso, 2024).

Adelantándose a esta realidad, la psicóloga Carla Sofka introdujo, ya 1997, el término “tanatecnologías” para describir “los mecanismos tecnológicos con los que se puede acceder a la información relativa a una persona fallecida” (Kukso, 2024).

En cuanto al periodismo y a los contenidos que transmite, los efectos individuales se concentran, esencialmente, sea en la adquisición de un nuevo conocimiento, sea en el reforzamiento o el debilitamiento de una opinión, o incluso de una emoción (amor u odio). Aunque no debemos olvidar el efecto de “masaje” advertido por McLuhan.

## Conclusión

El modelo original de la teoría de la información —emisión>transmisión>recepción— era un modelo físico. El análisis sistémico, basado en aspectos estructurales y funciones de los actores, teniendo en cuenta la naturaleza del sistema humano, obliga, como hemos visto, a un enfoque diferente, colocando en primer término la recepción, y a tener en cuenta la perspectiva neuropsicológica. Los periodistas, antes de poder ser difusores, han de ser receptores (observadores). Y los receptores, a su vez, pueden ser hoy emisores.

Al mismo tiempo, la evolución de las tecnologías influye como factor externo en las opciones de los administradores y de los editores. Un buen estudio de actorred nos obligaría a considerar estos factores externos, así como el papel de los medios técnicos utilizados para obtener y producir los mensajes. Se puede encontrar este tipo de análisis —más amplio— en Colle, 2017.

La labor del periodista sigue siendo, en esencia, la misma de siempre: observar y relatar, lo cual puede incluir múltiples formas de “discurso”; desde el mero texto o palabra hasta las construcciones audiovisuales complejas hoy disponibles, que pueden introducir requisitos especiales de formulación. Notas, reportajes, crónicas, etc., seguirán siendo sus productos pero adaptándose a formatos (interfaces) en constante renovación.

## Referencias bibliográficas

Aral, S. (2020). *The Hype Machine*. Crown.

Carr, N. (2010). *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet a nuestros cerebros?* Tauros.

Castells, M. (2000). *La era de la información*, Vol.1: La sociedad red. Alianza.

Chávez, C. y Lagos, C. (2024). *Los que están en los diarios pueden desaparecer. El cierre de Télam en Argentina*. CIPER Chile. <https://www.ciperchile.cl/2024/05/17/los-que-estan-en-los-diarios-pueden-desaparecer-el-cierre-de-telam-en-argentina/>

Colle, R. (2022). Sistémica del periodismo. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 19. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/121005/1/CMD\\_19\\_Sistemica\\_del\\_periodismo.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/121005/1/CMD_19_Sistemica_del_periodismo.pdf)

- (2019). *Los contenidos de los medios digitales*. INCOM Chile. <http://incomchile.cl/wp-content/uploads/2019/03/Contenidos-digitales.pdf>
- (2016). *Sistémica de los medios de comunicación*. INCOM Chile. [http://incomchile.cl/wp-content/uploads/2012/03/sistemica\\_medios2.pdf](http://incomchile.cl/wp-content/uploads/2012/03/sistemica_medios2.pdf)
- (2002). *Teoría cognitiva sistémica de la comunicación*. Ed. San Pablo. [Versión PDF preimpresión en Academia.edu] [https://www.academia.edu/25730005/TEORIA\\_COGNITIVA\\_SISTEMICA\\_DE\\_LA\\_COMUNICACION](https://www.academia.edu/25730005/TEORIA_COGNITIVA_SISTEMICA_DE_LA_COMUNICACION)
- Dretske, F. (1989). *Conocimiento e información*. Salvat.
- Floridi, L. (1999). *Philosophy and Computing: An Introduction*. Routledge.
- Hernández-Santaolalla, V. (2018). *Los efectos de los medios de comunicación de masas*. UOC.
- Kukso, F. (2024). *Vivir y morir online: Internet ha cambiado para siempre nuestra relación con la Muerte*. Agencia Sinc. <https://www.agenciasinc.es/Reportajes/Vivir-y-morir-online-Internet-ha-cambiado-para-siempre-nuestra-relacion-con-la-muerte>
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial. [http://dss-edit.com/plu/Latour\\_Reassembling.pdf](http://dss-edit.com/plu/Latour_Reassembling.pdf)
- (2010). Avoir ou ne pas avoir de réseau: that's the question, en M. Akrich et al., *Débordements. Mélanges offerts à Michel Callon* (pp. 257-268). Presses de l'Ecole des Mines.
- Le Moigne, J. L. (1994 [1977]). *La théorie du système general*. PUF, 4.<sup>a</sup> edición
- Maher, T. (2024, 15 de mayo). Technology is probably changing us for the worse—or so we always think, *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2024/05/15/1092350/technology-is-probably-changing-us-for-the-worse-or-so-we-always-think/>
- Marín, C. (2003). *Manual de periodismo*. Grijalbo.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1969). *El medio es el mensaje. Un inventario de efectos*. Paidós. [https://monoskop.org/images/9/9a/McLuhan\\_Marshall\\_Fiore\\_Quentin\\_El\\_medio\\_es\\_el\\_mensaje\\_Un\\_inventario\\_de\\_efectos.pdf](https://monoskop.org/images/9/9a/McLuhan_Marshall_Fiore_Quentin_El_medio_es_el_mensaje_Un_inventario_de_efectos.pdf)
- Pedriza, S. B. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *El Argonauta español*, 16.
- Scolari, C. (2023). *Sobre la evolución de los medios*. Ampersand.
- Shannon, C. y Weaver, W. (1981). *Teoría matemática de la comunicación*. Forja.

Sisto, D. (2022). *Posteridades Digitales. Inmortalidad, memoria y luto en la era de Internet*. Katz Editores.

Wolton, D. (2000). *Internet ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Portic.

## **Raymond Colle**

**Perfil académico y profesional:** Doctor en Ciencias de la Información. Profesor jubilado Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad Diego Portales (Santiago de Chile). Socio fundador de la Asociación Chilena de Investigaciones en Comunicación INCOM-Chile.

