



<http://en.bitrum.unileon.es/>

The interdisciplinary research group BITrum was constituted to develop a conceptual and theoretical clarification of information, intending to gather all the relevant points of view and pursuing to preserve all the interests at stake (scientific, technical and social). Born at the First international Meeting of Experts in Information Theories-An interdisciplinary approach (León, November 2008, in collaboration with INTECO, University of León and Sierra-Pambley Foundation), BITrum group has deployed a set of activities, publications and initiatives which are here accounted for. BITrum allegorically refers to the conjunction of the information unit "BIT" and the Latin term vitrum (standing for the assembly of a multiplicity of colours).

Angeletics

Article

[Version española](#)

Editor	Capurro, Rafael rafael@capurro.de
Incorporated contributions	Capurro (30/10/09)
Usage domain	Communication theory, Information ethics
Type	theory
French	angeletique
German	Angeletik

Contents

1. What is angeletics?
2. To what extent is this a new science?
3. A transparent society?
4. A time of empty angels
5. From hermeneutics to angeletics
6. Conclusion

1. What is angeletics?

It is the name of a field of philosophic and scientific research. Why is it called like that? The word 'angeletics' derives from Greek *angelia*, meaning message. We use it when we refer to angels or divine messengers. There is a long tradition in theology and religious studies called angelology. Angeletics is different from angelology, its purpose being to study the phenomenon of messages and messengers within the boundaries of the *condition humaine*, i.e. having as its primary object human communication. This does not imply that studies relating to messages and messengers in religion or the natural sciences are excluded. Since the Internet, digital messages and messengers are playing an

important role in social communication.

2. To what extent is this a new science?

It is evident that the social phenomenon of messages and messengers is a vast, old and complex phenomenon. The industrial revolution has attributed a lot of value to the marketing theory, that is, the study of propagating messages to obtain economic benefits. Moreover, when we go back to the cultural revolution caused by the invention of the press we can perceive the influence of this technique in the worldwide dissemination of political, religious and economic messages in modern times. We should not forget the history of the technique and organization of the post offices and, last but not least, the history and theory of relations between the states based on embassies and ambassadors.

3. A transparent society?

The technical revolution of the printing press creates a new situation that is both informative and anegetic. Immanuel Kant sees in the non-censored distribution of scientific research through the press the medium in which the ideals and messages of Enlightenment can spread and indirectly influence public politics. Since then new political and (pseudo-)scientific messages appeared seeking to occupy the place of religious messages and messengers with catastrophic consequences for society and nature, making full use as, for instance, in the case of Nazi Germany, of radio-diffusion. The peak of mass media, through its one-to-many structure, opened the debate about the task of creating a public space free of pressure structures, where the force of the arguments and reasoning of the players has precedence. This was the ideal proclaimed by philosophers like Jürgen Habermas. According to Habermas, Kant could not foresee the transformation of the public space dominated by mass media (Capurro, 1996a). Italian philosopher Gianni Vattimo, in his turn, criticized the Habermasian transparent society, with emphasis on its utopian aspect and leveler of differences, so that a "weaker" or less transparent structure permits different kinds of cultural mixes that are more clearly reflected today in the decentralizing character of the Internet (Vattimo 1989).

4. A time of empty angels

German philosopher Peter Sloterdijk has pointed out that we live in a "time of empty angels" or "mediatic nihilism", in which we forget what message is to be sent while the messengers of transmission media multiply: "This is the very *disangelium* of current times" (Sloterdijk 1997). The word *disangelium* (por bad news) stands out, in contrast to *euangelium*, for the empty nature of the messages disseminated by the mass media, culminating in the widely-known words of Marshall McLuhan: "The medium is the message". The question then is exactly to what extent the Internet creates a new anegetic space giving rise to new synergies of messages and messengers beyond the hierarchical and absolute or pseudo-absolute character of sacred messages or their political substitutes. If, according to Sloterdijk (1983), mass media has a cynical structure, the question arises now about the "fantasmatic" character of the new media (Zizek 1997,

Capurro 1999a).

Based on that, we now reach what we call *information ethics*, aimed at explaining the possible theoretical and practical horizons in order to maintain, organize and create new forms of common life. This current praxeological horizon explored by the information ethics is given in a world where, on the one hand, the classic parameters of time and place are questioned as determining factors for the creation and diffusion of messages; on the other hand, the local structures of political power up to now controlling such a phenomenon are now paradoxically in the inverse situation. The great economic and social (r-)evolutions are founded less on the prevalence of media to produce material objects, as Karl Marx thought, than on the media to communicate messages. The latter are the basis of the former (Capurro, 1995, 1999).

5. From hermeneutics to angeletics

Lastly, I would like to mention the relationship between angeletics and hermeneutics (Capurro, 2000b). Hermeneutics was one of the main schools of philosophical thought in the 20th century. Apart from the disputes between schools (positivism, Marxism, critical rationalism, analytical philosophy, scientific theory, etc.), we can say that one of the great results of the study on the 20th century has been the awareness of the interpretative nature of human knowledge. This is valid both for Karl Popper, for example, who presented a characterization of scientific knowledge as being an eminently conjectural knowledge, subject to empirical falsifications, or for the "hermeneutic circle" explained by Hans-Georg Gadamer with basis on Heideggerian analytics. Each interpretation presupposes a process of message transmission. Hermes is first and foremost a messenger and, consequently, an interpreter and translator. This message-bearing nature of knowledge and communication is exactly angeletics aims to analyze. Of course, this is just as complex and far-reaching a task as hermeneutics was in the last century.

6. Conclusions

As angeletics is a message theory, it is in itself only a message aiming to create common knowledge, which might become a key-science for the newly-born century. Its issues relate to the origin, purpose and content of messages, power structures, techniques and means of diffusion, ways of life, history of messages and messengers, coding and interpreting, and psychological, political, economic, aesthetic, ethical and religious aspects. In other words, a new scientific cosmos. We are far away from such a science of messages and messengers as well as from its philosophical foundations.

References

For further author's developments concerning *angeletics*, see: CAPURRO, R. (2000a). "Further readings". En *What is angeletics?*. [Online] <<http://www.capurro.de/angeletics.html>> [Consulta: 30/10/2009]. With regard to the impact of this theoretical proposal, see: "Impact", *Ibidem*.

- CAPURRO, R. (1995). *Leben im Informationszeitalter*. Berlin: Akademie Verlag. [Online] <<http://www.capurro.de/leben.html>> [Retrieved: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (1996). On the Genealogy of Information. In: K. Kornwachs, K. Jacoby (Eds.). *Information. New Questions to a Multidisciplinary Concept*. Berlin, p. 259-270. [Online] <<http://www.capurro.de/cottinf.htm>> [Retrieved: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (1996a). Informationsethik nach Kant und Habermas. In: A. Schramm, (Ed.). *Philosophie in Österreich*. Viena, p. 307-310. [Online] <<http://www.capurro.de/graz.html>> [Retrieved: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (1999). Ich bin ein Weltbürger aus Sinope. Vernetzung als Lebenskunst. In: P. Bittner, J. Woinowski. (Eds.). *Mensch - Informatisierung - Gesellschaft*. Münster, p. 1-19. [Online] <<http://www.capurro.de/fiff.htm>> [Retrieved: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (1999a). *Beyond the Digital*. [Online] <<http://www.capurro.de/viper.htm>> [Retrieved: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (2000b). *Hermeneutik im Vorblick*. [Online] <<http://www.capurro.de/hermwww.html>> [Retrieved: 30/10/2009]
- FLUSSER, V. (1996). *Kommunikologie*. Mannheim.
- SERRES, M. (1993). *La légende des Anges*. Paris.
- SLOTERDIJK, P. (1997). Kantilenen der Zeit. In: *Lettre International*, 36, p. 71-77.
- SLOTERDIJK, P. (1983). *Kritik der zynischen Vernunft*. Frankfurt a.M.
- VATTIMO, G. (1989). *La società trasparente*. Milán.
- ZIZEK, S. (1997). *Die Pest der Phantasmen*. Viena.

Artículo

[English version](#)

Editor	Capurro, Rafael rafael@capurro.de
Contribuciones incorporadas	Capurro (30/10/09)
Ámbito de uso	Teoría de la comunicación, ética de la información
Tipo	teoría
Francés	angeletique
Alemán	Angeletik

Contenidos

1. ¿Qué es la angelética?
2. ¿Hasta qué punto es esta una nueva ciencia?
3. ¿Una sociedad transparente?
4. La época de los ángeles vacíos
5. De la hermenéutica a la angelética
6. Conclusión

1. ¿Qué es la angelética?

Es el nombre de un nuevo campo de investigación científica. ¿Por qué este nombre? ¿Cuál es su origen? La palabra 'angelética' está derivada del griego *anguelía* (*aggelia*) que significa mensaje. Es también la palabra que utilizamos en castellano cuando designamos a los ángeles como mensajeros divinos. Sobre esto último existe una larga tradición en la teología, tanto en la cristiana como en otras religiones: la angelología. La angelética designa, a diferencia de la angelología, el estudio del fenómeno de los mensajes y los mensajeros, independientemente de su origen divino, o, mejor dicho, estudia este fenómeno dentro de los límites de la *condition humaine*. Esto último no quiere decir que se excluyan estudios conexos tanto en el campo de las religiones como en las ciencias naturales (por ejemplo el estudio de mensajes y mensajeros a nivel celular), pero el enfoque específico es el de los mensajes y los mensajeros humanos. Lo humano implica siempre, naturalmente, la técnica. Es justamente en este momento histórico del surgimiento de la Internet en el que el fenómeno técnico de los mensajes y los mensajeros digitales, comenzando por el e-mail hasta todo tipo de actividades políticas, científicas, culturales y económicas en la red, juega un rol preponderante y por así decirlo paradigmático en la sociedad mundial del siglo XXI.

Entradas

Nueva entrada. Cuando se introduzca una nueva entrada copiar este párrafo y las siguientes líneas y pegarlas al final de la columna. A continuación, borrar el párrafo azul superior y sustituir los campos '*nombre*', '*fecha*' y '*texto*'.
Nombre (fecha)

[Texto de Entrada]

Entradas incorporadas

Rafael Capurro
(30/10/2009)

[Corresponde con la primera versión del artículo reproducido en la colum

2. ¿Hasta qué punto es esta una nueva ciencia?

Como ya indicábamos, se trata de estudiar un fenómeno humano con una larga trayectoria y que tiene sus raíces en la evolución de la vida. Naturalmente que es posible investigar el dinamismo de la vida y de los seres vivientes entre sí y con su entorno como un proceso de elaboración de mensajes o informaciones. Esto ha sido demostrado ampliamente por el desarrollo de la cibernética y de la teoría de sistemas. Pero es también evidente que el fenómeno de los mensajes a nivel humano nos confronta con una complejidad y una especificidad que no puede tratarse adecuadamente sólo en base a los instrumentos conceptuales y técnicos de, digamos, la teoría de la información de Claude Shannon y Warren Weaver. Por otro lado la revolución industrial de los últimos dos siglos provocó el auge de la teoría del marketing, o sea del estudio de la propagación de mensajes con fines de beneficio económico. Si recordamos además la revolución cultural producida por el invento de la imprenta podemos ver también aquí el influjo de la técnica para difundir mundialmente mensajes de tipo político, religioso y económico en la edad moderna. Es necesario recordar también la historia de la técnica y la organización de los correos y, *last but not least*, la historia y la teoría de las relaciones entre los estados basadas en embajadas y embajadores.

3. ¿Una sociedad transparente?

La revolución técnica de la imprenta crea una nueva situación no sólo mediática sino también angelética. Immanuel Kant ve justamente en la distribución no censurada de la investigación científica a través de la imprenta el medio en el cual los ideales y mensajes del Iluminismo puedan difundirse e influenciar indirectamente (!) los procesos políticos. Con el proceso de secularización surgen nuevos mensajes políticos y (pseudo-)científicos que intentan ocupar, con consecuencias catastróficas para la sociedad y la naturaleza, el antiguo lugar de la estructura vertical, valiéndose, como en el caso de la Alemania nazi, entre otros medios, de la radiodifusión. El auge de los medios de difusión masivos con su estructura uno-para-muchos pone en cuestionamiento la tarea de crear un espacio público libre de estructuras de presión, donde la fuerza de los argumentos y la racionalidad de los actores tengan la primacía. Este es justamente el ideal proclamado (!) por filósofos como Jürgen Habermas, quien ve en los medios de difusión masiva de mensajes tanto una oportunidad como un peligro para su ideal de una sociedad de comunicación transparente. Habermas indica que Kant no había podido prever la posibilidad de una transformación del espacio público dominado por los medios de comunicación masivos (Capurro1996a). El filósofo italiano Gianni Vattimo ha criticado a su vez la sociedad transparente Habermasiana destacando su

aspecto utópico y nivelador de diferencias, siendo así que una razón más "débil" permite distintas formas de mestizajes culturales y heterotopías, las cuales se reflejan hoy más claramente en el carácter descentralizado de la Internet (Vattimo 1989).

4. La época de los ángeles vacíos

El filósofo alemán Peter Sloterdijk ha señalado que vivimos en una "época de ángeles vacíos" o de "nihilismo mediático", en la que nos hemos olvidado del mensaje a transmitir mientras que los medios de transmisión se multiplican: "Este es el 'disangelio' propio de la actualidad" (Sloterdijk 1997). La palabra 'disangelio', que Sloterdijk toma de Nietzsche, destaca, en contraposición a 'evangelio', el carácter vacío de los mensajes distribuidos por los medios masivos y que culmina con la famosa frase de Marshall McLuhan: "The medium is the message". Aquí justamente surge la pregunta de hasta qué punto la Internet crea un nuevo espacio angelético capaz de provocar nuevas sinergias de mensajes y mensajeros así como de sus emisores y receptores sin el carácter jerárquico y absoluto o pseudo-absoluto de los mensajes sagrados o de sus sustitutos políticos. Si los medios de masa se mueven, de acuerdo a Sloterdijk (1983), dentro de una estructura cínica, surge evidentemente la pregunta sobre el carácter "fantasmático" de los nuevos medios (Zizek 1997, Capurro 1999a). Con esto llegamos a lo que hoy llamamos una ética de la información que tiene como tarea explicitar los posibles horizontes teóricos y prácticos para mantener, promover y crear nuevas formas de vida en común en un mundo donde no sólo los parámetros clásicos de lugar y tiempo determinantes para la creación y difusión de mensajes son cuestionados, sino donde también las estructuras locales de poder político que hasta ahora controlaban dicho fenómeno se encuentran paradójicamente en la situación inversa. Las grandes (r-)evoluciones económicas y sociales están basadas menos en el dominio de los medios de producción de objetos materiales que en el de los medios de comunicación de mensajes. Estos últimos fundamentan a los primeros (Capurro 1995, 1999).

5. De la hermenéutica a la angelética

Finalmente quisiera indicar la relación entre la angelética y la hermenéutica (Capurro 2000b). La hermenéutica fue una de las grandes corrientes filosóficas del siglo XX. Más allá de la lucha de escuelas (positivismo, Marxismo, racionalismo crítico, filosofía analítica, teoría de las ciencias etc.) puede decirse que uno de los grandes resultados de la reflexión del siglo XX ha sido la conciencia del carácter interpretativo del conocer y saber humanos. Esto vale tanto para, por ejemplo, Karl Popper con su caracterización del saber científico como un saber eminentemente conjetural, sujeto a falsificaciones empíricas, como con respecto al "círculo hermenéutico"

explicitado por Hans-Georg Gadamer basándose en la analítica Heideggeriana.

Toda interpretación presupone un proceso de transmisión de mensajes. El texto que ha de ser interpretado tiene que ser previamente transmitido y anunciado. Hermes es primariamente mensajero y en base a ello también intérprete y traductor. Toda hermenéutica presupone una angelética. Este carácter mensajero de la comunicación y la interpretación es justamente lo que la angelética quiere analizar, lo cual es una tarea no menos compleja y de largo alcance que la de la hermenéutica en el siglo pasado. La angelética, a diferencia de la hermenéutica, tiene un carácter eminentemente práctico. No se trata sólo de comprender sino de provocar un cambio en el recipiente. La relación entre emisor y recipiente se puede concebir en analogía con el círculo hermenéutico como círculo angélico. Todo receptor es un emisor potencial y así también un mensajero y viceversa. Es por esto también que la dimensión ética es más inmediata en la angelética que lo que pensaba Gadamer con respecto a la hermenéutica.

6. Conclusión

La angelética como teoría de los mensajes supone en sí un mensaje con aspiraciones a crear sobre sí misma y sobre los otros un saber común que pudiera ser clave del siglo recién comenzado. Sus preguntas conciernen origen, fin y contenido de los mensajes, estructuras de poder, técnicas y medios de difusión, modos de vida, historia(s) de mensajes y mensajeros, codificación e interpretación, aspectos sociológicos, psicológicos, políticos, económicos, estéticos, éticos y religiosos. Todo un cosmos científico por así decirlo.

Referencias

Para otros desarrollos del autor relacionados con la *angelética*, véase: CAPURRO, R. (2000a). "Estudios angeléticos". En *What is angeletics?*. [Online] <<http://www.capurro.de/angeletica.html>> [Consulta: 30/10/2009]. Acerca del impacto de esta propuesta teórica: "Impacto", *Ibidem*.

- CAPURRO, R. (1995). *Leben im Informationszeitalter*. Berlin: Akademie Verlag. [Online] <<http://www.capurro.de/leben.html>> [Consulta: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (1996). On the Genealogy of Information. En: K. Kornwachs, K. Jacoby (Eds.). *Information. New Questions to a Multidisciplinary Concept*. Berlin, p. 259-270. [Online] <<http://www.capurro.de/cottinf.htm>> [C

- onsulta: 30/10/2009]
- CAPURRO, R. (1996a). Informationsethik nach Kant und Habermas. En: A. Schramm, Ed.: Philosophie in Österreich. Viena, p. 307-310. [Online] <<http://www.capurro.de/graz.html>> [Consulta: 30/10/2009]
 - CAPURRO, R. (1999). Ich bin ein Weltbürger aus Sinope. Vernetzung als Lebenskunst. En: P. Bittner, J. Woinowski, Eds.: Mensch - Informatisierung - Gesellschaft. Münster, p. 1-19. [Online] <<http://www.capurro.de/fiff.htm>> [Consulta: 30/10/2009]
 - CAPURRO, R. (1999a). Beyond the Digital. [Online] <<http://www.capurro.de/viper.htm>> [Consulta: 30/10/2009]
 - CAPURRO, R. (2000b). Hermeneutik im Vorblick. [Online] <<http://www.capurro.de/hermwww.html>> [Consulta: 30/10/2009]
 - FLUSSER, V. (1996). *Kommunikologie*. Mannheim.
 - SERRES, M. (1993). *La légende des Anges*. Paris.
 - SLOTERDIJK, P. (1997). Kantilenen der Zeit. En: *Lettre International*, 36, p. 71-77.
 - SLOTERDIJK, P. (1983). *Kritik der zynischen Vernunft*. Frankfurt a.M.
 - VATTIMO, G. (1989). *La società trasparente*. Milán.
 - ZIZEK, S. (1997). *Die Pest der Phantasmen*. Viena.