

Pesquisar a comunicação: entre o passado e o futuro

Researching communication: Between the past and the prospective

■ MIQUEL DE MORA GAS SPÀ^a

Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona – Espanha

RESUMO

Este artigo analisa os desafios (novos e antigos) dos estudos em comunicação nas últimas décadas diante da rápida transformação do sistema de comunicação e da necessidade de redefinir seu próprio objeto de estudo. Os velhos paradigmas devem ser substituídos por outros capazes de interpretar esses processos. O paradigma de Lasswell está ficando distante. Tudo isso impõe grandes desafios acadêmicos e epistemológicos. Os centros estão se multiplicando, mas também há questionamentos sobre a burocratização e a irrelevância de muitas práticas teóricas. Nossa campo de estudo deve continuar a ser identificado como uma disciplina ou deve ser considerado uma pós-disciplina? Entretanto, as responsabilidades sociais permanecem atuais e até aumentam diante da necessidade de contribuir para o desenvolvimento cultural e para a política democrática nas novas etapas da comunicação.

Palavras-chave: Teorias da comunicação, pluridisciplinaridade, novas mídias, políticas culturais e de comunicação

^a Professor catedrático honorário da Universitat Autònoma de Barcelona.
Foi presidente da Asociación Española de Investigación de la Comunicación entre 2008 e 2016. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7002-1435>. E-mail: Miquel.DeMoragas@uab.cat

ABSTRACT

This article analyzes the challenges (new and old) of communication research in recent decades, in view of the rapid transformation of the communication system and the need to redefine its very object of study. The old paradigms must be replaced by others capable of interpreting these processes; how far is Lasswell's paradigm becoming! All this poses major academic and epistemological challenges. The centers are multiplying, but there are also questions about bureaucratization and the irrelevance of many theoretical practices. Should our field of study continue to be identified with a discipline or should it be conceived as a post-discipline? Meanwhile, the social responsibilities remain in force and even grow, given the need to contribute to cultural development and democratic policies in the new stages of communication.

Keywords: Theories of communication, pluridisciplinarity, new media, culture and communication policies



BY NC SA

DOI:<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v17i3p143-154>

V.17 - Nº 3 set./dez. 2023 São Paulo - Brasil MIQUEL DE MORA GAS SPÀ p. 143-154 MATRIZes

143

NO FINAL DOS anos 1970, na época em que se deu a preparação do Relatório MacBride, algumas instituições acadêmicas latino-americanas (espanholas também) começaram a reivindicar um lugar para a comunicação entre as “disciplinas”, até então inquestionáveis, como Filosofia, Linguística, Psicologia, Sociologia, Economia e História, todas elas compartimentadas.

Buscando esse lugar, optou-se inicialmente por reivindicar uma disciplina como espaço próprio e específico para a comunicação. Levaria poucos anos para que se entendesse que defender o campo de estudo não significava reivindicar uma nova *disciplina*, mas uma *pós-disciplina*, que implicava um esforço conjunto das Ciências Sociais e das Humanidades.

Os estudos latino-americanos sobre políticas de comunicação e sobre estudos culturais da comunicação contribuíram decisivamente para isso, rejeitando os limites e a agenda da *mass communication research*.

A convergência entre os estudos de comunicação e os estudos sobre cultura (não exatamente *cultural studies*) significava abordar uma visão ampla do objeto “comunicação”, em seu cruzamento com o social e o cultural, como propõe *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987).

Foi a época do nascimento das associações de pesquisa nacionais e internacionais: a Avic na Venezuela (1976), a Amic no México (1977), a Intercom no Brasil (1979), a ALAIC (1978) e a Felafacs (1981) no âmbito latino-americano.

Quase meio século depois, podemos observar muitas mudanças na nossa atividade acadêmica, mas também devemos apontar a atualidade dos grandes desafios identificados naqueles anos (Bolaño, 2015; Fuentes, 2008, 2016; Marques de Melo, 2004).

DA MINORIA ACADÊMICA À SUPERABUNDÂNCIA

Uma das diferenças mais evidentes no que diz respeito àquela primeira época é o atual aumento da oferta de estudos universitários de comunicação e, como consequência, a criação de um corpo massivo de professores e professoras, doutorandos e doutorandas, na expectativa de profissionalização, que necessariamente nos conduz ao âmbito mais geral das políticas de pesquisa.

O crescimento do interesse pela comunicação coincide com uma série de mudanças estratégicas nas políticas científicas, de “PD&I”, políticas que foram transpondo para as ciências sociais as lógicas industriais do desenvolvimento técnico-científico.

Assim, foram-se impondo às ciências sociais novas lógicas de produtividade que influenciam a agenda da pesquisa cultural e da comunicação.

Essas lógicas afetam, por exemplo, as políticas de “mérito” e fomento do corpo docente, com novas e rígidas formas de avaliação, baseadas em questionáveis algoritmos sobre qualidade e impacto.

Paralelamente, a “academia” foi cedendo os critérios de seleção e fomento de pesquisadores e pesquisadoras às grandes indústrias editoriais. Tende-se, então, a priorizar a pesquisa que melhor se adaptar aos formatos e prazos dos artigos nas revistas classificadas, abandonando outros gêneros, entre eles o livro de ensaio, à custa de ignorar visões de conjunto dos grandes e complexos fenômenos da comunicação/cultura.

As grandes revistas acadêmicas atuam agora como verdadeiras *majors* da difusão científica. Podemos analisar a produção e a difusão da pesquisa sobre comunicação, em suas diferentes escalas, nacionais e internacionais, de maneira semelhante àquela como estudamos as indústrias culturais.

Ainda que as formas de difusão tenham aumentado notoriamente na rede digital e que as iniciativas editoriais das universidades e associações acadêmicas estejam crescendo, a produção que marca tendências e alcança maior escala continua sendo aquela que é difundida através dos grandes eixos editoriais.

E mais, hoje assistimos ao risco de que essa linha de prioridades se estenda acriticamente a outros formatos acadêmicos: aos doutorados, aos mestrados, aos simpósios e aos critérios de organização das associações acadêmicas.

A crescente pressão nas nossas universidades para a realização de teses de doutorado “por compêndio de publicações” é um exemplo dessa corrente de influências. Parodiando a questão, parece que em breve, em vez de obter o título de “doutor pela universidade tal”, será adquirido o título de doutor “por alguma das grandes editoras indexadas”.

As políticas de pesquisa das nossas universidades devem ser adaptadas a essas circunstâncias, mas não deveriam ignorar as contradições decorrentes desses processos. Interpretar criticamente a pesquisa de comunicação significa, hoje, considerar seus aspectos epistemológicos, mas também outros aspectos relacionados às condições de produção e difusão do trabalho científico.

São inúmeros os manifestos, artigos, posicionamentos, mas ainda são muito poucas as medidas corretivas a respeito. Daí o importante papel que corresponde às associações acadêmicas como possíveis corretoras dessas contradições.

O PAPEL DAS ASSOCIAÇÕES ACADÊMICAS

As associações acadêmicas de comunicação, mais do que no caso de outras ciências sociais, desempenharam um papel fundamental no desenvolvimento do nosso campo de estudos.

Foram decisivas no passado e, ainda hoje, devem continuar ocupando um lugar específico no nosso sistema científico, preservando a sua autonomia e atuando como corretores e contrapeso à homogeneização de critérios das atuais políticas de PD&I.

¹ Apresentação de Luis Ramiro Beltrán no Congresso da AIERI de 1976, em Leicester, “Premisas, Objetos y Métodos Foráneos en la Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica”, publicado posteriormente em Sociología de la Comunicación de Masas (Moragas, 1985).

O alerta que recebemos de Luis Ramiro Beltrán (1976/1985)¹ no Congresso da Associação Internacional de Estudos e Pesquisa em Informação (IAMCR/AIERI) de 1976, em Leicester, ainda é atual. A ligação entre os núcleos evita o monopólio de ideias e facilita a interpretação global das várias experiências locais.

Nos anos 1970, quando o fluxo de difusão acadêmica era tão ou mais desequilibrado que o fluxo informativo internacional, as associações acadêmicas conseguiram criar uma rede que teve um papel fundamental na correção desse desequilíbrio. O surgimento de cada associação delimitava um grupo, mas também significava a possibilidade de conexão entre os grupos.

As primeiras associações nacionais na América Latina uniam a pesquisa de cada país, mas também permitiam a criação de redes transnacionais.

A Associação Latino-Americana de Pesquisadores da Comunicação (ALAIC) foi fundamental para dinamizar o fluxo acadêmico latino-americano e para estabelecer outros contatos acadêmicos, especialmente entre a Europa e a América Latina.

Com a criação, em 2008, da Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), propunha-se uma plataforma de troca entre as universidades da Espanha, mas também um núcleo de ligação com outras redes, com associações europeias e especialmente latino-americanas, aumentando a cooperação.

A missão específica dessas associações é a colaboração entre a comunidade científica e sua permeabilização, abrindo o campo de estudos à dimensão internacional, vendo as coisas de um lugar (local e nacional), mas compartilhando as experiências em uma comparação global.

DO PRESENCIAL À REUNIÃO ON-LINE

Na época da formação da ALAIC, 1978, os estudos eram difundidos (com notórias dificuldades) através das casas editoriais e das grandes instituições acadêmicas, de claro domínio norte-americano.

Naqueles primeiros anos, sem instrumentos telemáticos, com exceção do telegrama e, depois, o fax, os congressos e os simpósios (“presenciais por definição”) foram os grandes locais de criação de rede.

Que área mais estranha, essa da comunicação na América Latina, na qual há tecnologias sofisticadas, mas o fluxo das informações sobre seu estudo continua

passando, tanto ou mais que pelos livros e revistas, pela “cultura oral” dos encontros, dos seminários e por essa outra, também oral à sua maneira, que é a das cartas. (Martín-Barbero, 1988, p. 2)

A generalização da Internet no final do século XX proporcionou a essas associações um novo instrumento de organização: a criação de “constelações acadêmicas em rede”, entre pessoas pesquisadoras, entre grupos de pesquisa, entre universidades, entre associações, com plataformas adaptáveis a todos esses níveis (Caffarel-Serra, 2023).

O desdobramento descritivo é inquestionável, mas o debate agora deve dizer respeito aos desafios teóricos e às finalidades e ideologias da pesquisa.

PARA QUE SERVE A PESQUISA?

Uma questão geral atravessa hoje os estudos universitários de comunicação: para que serve a pesquisa e qual é sua função social?

Para responder a essa questão, devemos distinguir três principais modos de pesquisar que, por sua vez, implicam diferentes posições teóricas e ideológicas.

Por um lado, a pesquisa funcional ou aplicada, destinada a resolver problemas concretos de alguns atores do sistema.

Por outro, a pesquisa (não utilitarista) que se propõe a conhecer o conjunto do sistema social, “conhecer o mundo”, por meio do estudo da comunicação (Williams, Habermas, Luhmann, Hall, Morin, Martín-Barbero, etc.). Está englobada nessa perspectiva a pesquisa crítica, uma possibilidade teórica mais necessária do que nunca quando a comunicação é reconhecida como núcleo do nosso tempo, da sociedade da informação.

Finalmente, uma terceira posição que interessa ou implica as duas anteriores: a dedicada ao reconhecimento do sistema de comunicações (da estrutura da mídia à análise das narrativas), criando a base necessária para o conhecimento das lógicas de produção e dos usos da comunicação.

Quantitativamente, a principal prática de pesquisa sobre comunicação continua sendo a pesquisa funcional ou aplicada, destinada a resolver problemas concretos dos grandes atores do sistema, a facilitar suas estratégias de produção e comercialização. Esse tipo de pesquisa, que conta com muitos recursos, não se propõe a criar conhecimentos de interesse geral e de acesso público. É pesquisa aplicada e confidencial.

Por outro lado, essa pesquisa não utilitarista que se propõe a conhecer o conjunto do sistema social, “conhecer o mundo” por meio do estudo da

comunicação, não pode ser feita sem o apoio de pesquisas específicas sobre a estrutura da comunicação (espaços, tecnicidades, fluxos, convergências, retóricas, usos e efeitos), seguindo a antiga mas ainda lúcida terminologia de Abraham Moles (1967) ao interpretar a dinâmica cultural como um ciclo, da criação ao consumo.

Os estudos de comunicação que pretendam fornecer conhecimentos para uma interpretação global da sociedade (cultura, política, economia) necessitam de conhecimentos parciais sobre os distintos aspectos dessa estrutura, entendida como uma ecologia em transformação.

Isso se tornou mais evidente nos últimos trinta anos, com a digitalização, a irrupção da Internet e a transformação acelerada das comunicações.

AGENDA TEMÁTICA E MULTIDISCIPLINARIDADE NO CAMPO DE ESTUDOS

Os estudos de comunicação foram se configurando como um conjunto de vários subcampos, relacionados entre si em forma de constelação, permitindo várias combinações.

O contínuo crescimento do número de seções temáticas e grupos de trabalho nas associações acadêmicas é um bom exemplo disso.

A constelação temática dos estudos de comunicação foi se formando de acordo com diferentes critérios, influenciados pela tradição de cada contexto:

Por um lado, respondendo a desafios epistemológicos (métodos, teorias, disciplinas) e à construção de “parcelas” dos paradigmas da comunicação (emissores/produtores, conteúdo, canais, receptores/usuários); mas também seguindo grandes temas sociais: grupos (infância, juventude, migrações); problemáticas (saúde, meio ambiente, segurança, política); problemas transversais (opinião pública e democracia, feminismo, midiatisação), dimensões culturais da comunicação (indústria cultural, diversidade); novos problemas (pós-verdade, notícias falsas, inteligência artificial), etc.

Essa parcela deve ser submetida a uma análise crítica de contradições e riscos, integrando cada “fatia” da pesquisa como um todo e evitando que a especialização temática se transforme em isolamento.

Assim, por exemplo, as abordagens feministas, críticas, alternativas e participativas não deveriam ser consideradas como “seções temáticas à parte”, mas como abordagens que interessam a todas as seções.

A multidisciplinaridade já não é algo que interessa unicamente às relações dos estudos de comunicação com outras “disciplinas” (Sociologia, Semiótica,

Economia, etc.), mas também às relações entre os futuros subcampos de pesquisa em comunicação.

Por isso as iniciativas de trabalhos comuns entre seções e grupos temáticos são especialmente estimulantes.

UM DESAFIO ESPECIAL DO SÉCULO XXI: A INTERPRETAÇÃO DAS MUDANÇAS

Nos últimos quarenta anos, a pesquisa em comunicação foi interpelada por um processo excepcional de mudanças estruturais na comunicação, seguindo uma aceleração sem precedentes.

Entre essas mudanças, podemos destacar cinco etapas: o fim da era *broadcasting* (1984-1995), o início da Internet (1996-2000), a generalização das redes sociais (2001-2005), o aumento da conectividade (*smartphone*) (2006-2012) e os novos processos de inteligência artificial (2012-2023).

Do ponto de vista teórico, uma primeira dificuldade consiste em saber identificar a tipologia dessas mudanças e em descobrir até que ponto elas podem afetar nossas formas de organização social e nossa percepção do mundo.

Para interpretar esses fenômenos, proponho distinguir três tipos de mudanças na comunicação (Moragas, 2022):

- Os que afetam as formas e as práticas expressivas de comunicar (da pena à máquina de escrever, desta ao computador, etc.).
- As mudanças que alteram o sistema de comunicações (fotografia, magnetoscópio, radiodifusão, etc.).
- As mudanças, mais irruptivas, que alteram o conjunto do paradigma social (escrita, impressão, eletricidade, digitalização, inteligência artificial).

Estas últimas devem ser distinguidas das mudanças funcionais, aquelas que nos permitem fazer as mesmas coisas, ainda que de uma maneira diferente, mais cômoda ou rápida.

AS MUDANÇAS E A NOVA ECOLOGIA DA COMUNICAÇÃO

A pesquisa deve agora interpretar as lógicas profundas que essas mudanças implicam, que afetam todas as práticas de comunicação. Nem todas as mudanças são iguais, nem tudo o que é considerado novo o é, de fato. A análise estrutural da comunicação deve agora identificar as alterações que vão

P

Pesquisar a comunicação: entre o passado e o futuro

ocorrendo nos (e entre os) elementos do paradigma da comunicação (emissor, conteúdo, canais, receptor).

Longe da antiga definição de comunicação de massa, dirigida a públicos amplos, anônimos, heterogêneos e dispersos, de centros de comunicação centralizados, para além das primeiras experiências da telemática, a digitalização influencia agora todos os processos de mediação, facilitando inúmeros fenômenos de convergência, e não só entre os diferentes meios de comunicação (imprensa, rádio, televisão, cinema, Internet), mas também entre eles e outros sistemas de comunicação (telefone, *tablets*, salas de reunião). Tudo isso em um novo ambiente caracterizado pelo uso da tela como terminal de recepção.

O modelo de Lasswell está tão distante!

A mediação tecnológica já não é apenas coisa dos *mass media*, mas também constitui um aspecto fundamental da comunicação pessoal e grupal, com muitas semelhanças entre as práticas comunicativas profissionais e as não profissionais, com uma série de efeitos culturais e educativos.

O telefone celular, ou *smartphone*, a ferramenta do século XXI, unifica as práticas do trabalho, da vida diária, da formação, do entretenimento e da informação.

McLuhan referiu-se às repercussões que as mudanças nos meios de comunicação (imprensa, televisão) poderiam ter no modelo de sociedade (*aldeia global*). Agora o que se produz é antes uma mudança no ambiente tecnológico da comunicação humana que afeta, também mas não unicamente, os meios de comunicação.

No meu livro Interpretar la Comunicación (Moragas, 2011), referi-me ao “paradigma da comunicação digital” apontando a nova centralidade que a produção de conteúdo estava adquirindo diante das novas formas de acesso à informação, com receptores que vão diretamente buscar a informação no grande “empório digital” de conteúdo.

No início da era digital, vimos como a centralidade (o poder) da comunicação ia se deslocando da difusão (era broadcasting) para a produção, reorientando o olhar para a direção oposta, do receptor para o emissor ou, mais especificamente, do receptor para o “empório digital” de conteúdo.

No século XXI, a centralidade da comunicação sofreu um novo deslocamento, agora da produção de conteúdo até o controle dos dados acumulados nos usos da informação. O empório digital (agora denominado nuvem) já não é unicamente um lugar para buscar conteúdo, mas o grande mercado onde é controlada e processada toda a informação fornecida – voluntária ou involuntariamente – pelos usuários da informação.

O Big Data e a nova mudança de paradigma

Dos formatos próprios da comunicação de massa do século XX, foi-se passando ao que podemos denominar “personalização massiva da comunicação”, ou seja, à informação personalizada (em conteúdo, mas também em tempo e lugar de consumo), destinada a um mercado massivo de pessoas.

A grande memória digital de conteúdo já não é um simples repositório, mas uma “inteligência” capaz de calcular e propor soluções. Pode nos indicar a necessidade de mudar de carro ou de computador, a falta de alguns alimentos na nossa geladeira, pode orientar a nossa agenda cultural e, inclusive, sugerir voto nas próximas eleições.

No entanto, devemos proceder com cautela na interpretação das mudanças, evitando nos influenciar pelas ideias promocionais das empresas de novas tecnologias, apresentadas desde o início como uma contribuição à participação e à democratização, mas que posteriormente vão se orientando para a recentralização e a comercialização das suas prestações (Wu, 2016).

A história da comunicação nos mostra como se desvaneceu o efeito deslumbrante da aparição das redes sociais, aceitas acriticamente como instrumentos que favoreciam – diretamente – a democratização. A tarefa da pesquisa é contrastar o desenvolvimento das tecnologias da comunicação com seus verdadeiros impactos na organização e no controle social.

O COMPROMISSO DA TEORIA COM AS POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO

Finalmente, nosso trabalho acadêmico deverá traduzir-se em transferência de conhecimentos para as políticas de comunicação, em seu sentido mais amplo de ação cívica e democratização. Esse compromisso, que esteve presente desde a criação das associações acadêmicas nos anos 1970 e 1980, continua plenamente válido.

A pesquisa acadêmica teve um papel decisivo na fundamentação das políticas nacionais de comunicação e da nova ordem internacional da comunicação, concretizada no Relatório MacBride.

Nas décadas seguintes, também do âmbito acadêmico, surgiram novas ideias sobre o uso das tecnologias para a comunicação horizontal, construiu-se um discurso propositivo sobre as políticas para a diversidade cultural e abriu-se a brecha de novas teorias sobre a convergência entre as políticas de comunicação e as políticas culturais.

Não se apostava unicamente em políticas “nacionais” (leia-se “estatais”) de comunicação, mas também em políticas aplicáveis a outros diversos níveis:

regionais, locais, urbanos e comunitários. O trabalho teórico foi decisivo na construção desses projetos.

A pesquisa contribuiu com o empoderamento e a construção de processos de comunicação para a mudança social, não para a dependência.

No atual novo contexto de mudanças digitais, esses desafios não apenas permanecem em vigor, mas são mais prementes do que nunca.

As exigências básicas das políticas de comunicação no século XX, tais como a garantia do pluralismo, a necessidade de evitar as desigualdades e os desequilíbrios no acesso à informação, a defesa da liberdade de expressão, o planejamento da comunicação para o desenvolvimento e a contribuição dos meios para a diversidade cultural, continuam plenamente atuais na nova era da Internet e do *Big Data*.

O que é novo – e deve ser objeto de pesquisa – são as lógicas que derivam da rapidez com que ocorrem essas mudanças, uma rapidez que escapa do poder político e passa a ser controlada pelas grandes multinacionais do setor, orientadas pelos excepcionais recursos de pesquisa e planejamento de que dispõem.

Nesse novo contexto, as políticas de comunicação devem acrescentar à sua agenda alguns temas-chave, como a defesa da neutralidade da rede e a redefinição do conceito de liberdade de expressão, a regulação da gestão de dados pessoais e a transparência dos seus algoritmos, a proteção do direito a não ser extorquido pela rastreabilidade dos dados capturados nas nossas ligações na Internet, a defesa cidadã contra a manipulação e a circulação de falsas notícias, os riscos que as novas bolhas de recepção representam, etc.

Estamos indo rumo a uma Internet discriminatória, vasta para poucos, mas com acesso restrito e direcionado, à baixa velocidade, para a maioria?

As novas políticas de comunicação devem propor linhas propositivas adaptadas a essa nova ecologia da comunicação, especialmente com a redefinição dos serviços públicos de informação na era digital, o uso das tecnologias para a participação e a mobilização social e outras iniciativas como a alfabetização tecnomidiática, agora mais necessária do que nunca.

PESQUISA EM COMUNICAÇÃO, ÁRVORES E FLORESTA

Nas últimas décadas, assistimos a um surpreendente aumento de pesquisas monográficas dedicadas aos mais diversos aspectos da comunicação. No entanto, temos um grande vazio em relação ao conhecimento das mudanças na comunicação e seu futuro.

Diante de tantas pesquisas monográficas (setoriais), publicadas em revistas especializadas, estimuladas pelo atual sistema de promoção acadêmica, enquanto os ensaios teóricos diminuem, nos perguntamos se as árvores, plantadas por toda parte, não estão nos impedindo de ver a floresta.

Fazendo um paralelo com a antropologia cultural, diríamos que os inúmeros estudos etnográficos têm um propósito e devem nos conduzir ao desenvolvimento de visões de conjunto (etnologia).

Neste artigo, propusemos distinguir a pesquisa dedicada ao reconhecimento do sistema de comunicações (da estrutura dos meios à análise das narrativas) e a pesquisa que se propõe a conhecer o conjunto do sistema social, “conhecer o mundo” através da comunicação. A segunda precisa do desenvolvimento da primeira, mas a primeira será incompleta se não nos permitir avançar na segunda.

Essa preocupação não deveria orientar apenas a prática da pesquisa como também a formação universitária, para que possamos responder positivamente quando nos perguntam: professor(a), para que serve a teoria da comunicação? M

REFERÊNCIAS

- Beltrán, L. R. (1985). Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica. In M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (pp. 127-171). Gustavo Gili. (Trabajo original publicado en 1976)
- Bolaño, C. (2015). ALAIC 2009-2014 y el futuro del pensamiento comunicacional latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 11(21), 230-241.
- Caffarel-Serra, C., Lozano, C., Gaitán Moya, J. A., & Piñuel Raigada, J. L. (2023). *Mapcom: Quince años de investigación sobre comunicación en universidades españolas*. Comunicación Social.
- Fuentes-Navarro, R. (2008). *El campo académico de la comunicación: 25 años de fermentación*. Iteso.
- Fuentes-Navarro, R. (2016). Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 9(2), 8-26.
- Marques de Melo, J. (2004). Los tiempos heroicos: Formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 1(1), 10-21.

- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili.
- Moles, A. (1967). *Sociodynamique de la culture*. Mouton.
- Moragas, M. (Ed.). (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili.
- Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación*. Gedisa.
- Moragas, M. (2022). *La comunicación y sus cambios. De los orígenes al móvil*. Aldea Global.
- Wu, T. (2016). *El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información*. FCE.

Artigo recebido em 30 de outubro de 2023 e aprovado em 22 novembro de 2023.