

# Investigar la comunicación: entre el pasado y la prospectiva

## *Pesquisar a comunicação: entre o passado e o futuro*

MIQUEL DE MORAGAS SPÀ<sup>a</sup>

Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona – España

### RESUMEN

En este artículo se analizan los retos (nuevos y viejos) de la investigación en comunicación en las últimas décadas, ante la rápida transformación del sistema de comunicaciones y la necesidad de redefinir su propio objeto de estudio. Los viejos paradigmas deben sustituirse por otros capaces de interpretar estos procesos. ¡Qué lejos nos va quedando el paradigma de Lasswell! Todo ello supone importantes retos académicos y epistemológicos. Se multiplican los centros, pero también se plantean incógnitas sobre la burocratización y la irrelevancia de muchas prácticas teóricas. ¿Nuestro campo de estudio debe seguir identificándose con una disciplina o debe concebirse como una postdisciplina? Mientras, las responsabilidades sociales siguen vigentes y aun se incrementan, ante la necesidad de contribuir al desarrollo cultural y a las políticas democráticas en las nuevas etapas de la comunicación.

**Palabras clave:** Teorías de la comunicación, pluridisciplinariedad, nuevos medios, políticas culturales y de comunicación

### 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. Nosso 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

<sup>a</sup> Catedrático honorario de la Universitat Autònoma de Barcelona. Fue presidente de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación entre 2008 y 2016. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7002-1435>. E-mail: Miquel.DeMoragas@uab.cat





**A** FINALES DE LOS años 1970, en la época preparatoria del Informe MacBride, algunas instituciones académicas latinoamericanas (también en España) empezaron a reivindicar un lugar para la comunicación entre las “disciplinas”, entonces incuestionables, como la Filosofía, la Lingüística, la Psicología, la Sociología, la Economía o la Historia, todas ellas compartimentadas.

Buscando este lugar se optó inicialmente por reclamar una disciplina como espacio propio y específico para la comunicación. Se tardaría pocos años en comprender que defender el campo de estudio no significaba reivindicar una nueva *disciplina*, sino más bien una *postdisciplina*, que implicaba un esfuerzo común de las Ciencias Sociales y las Humanidades.

A ello contribuyeron decisivamente los estudios latinoamericanos sobre políticas de comunicación y sobre estudios culturales de la comunicación, rechazando los límites y la agenda de la *mass communication research*.

La convergencia entre los estudios de comunicación y los estudios sobre cultura (no exactamente *cultural studies*) significaba abordar una visión amplia del objeto “comunicación”, en su cruce con lo social y lo cultural, tal como plantea *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987).

Por su parte, los estudios sobre políticas de comunicación recurrían a las ciencias sociales (sociología, economía, ciencia política, derecho) para fundamentar sus propuestas de regulación democrática de los medios.

Fue la época del nacimiento de las asociaciones de investigación nacionales e internacionales: Avic en Venezuela (1976), Amic en México (1977), Intercom en Brasil (1979), ALAIC (1978) y Felafacs (1981) de ámbito latinoamericano.

Casi medio siglo después, podemos identificar muchos cambios en nuestra actividad académica, pero también debemos señalar la vigencia de los grandes retos descubiertos en aquellos años (Bolaño, 2015; Fuentes, 2008, 2016; Marques de Melo, 2004).

## DE LA MINORÍA ACADÉMICA A LA SUPERABUNDANCIA

Una de las diferencias más evidentes respecto de aquella primera época es la actual multiplicación de la oferta de estudios universitarios de comunicación y, como consecuencia, la creación de un cuerpo masivo de profesores y profesoras, doctorandos y doctorandas, a la expectativa de profesionalización, que nos obliga a remitirnos al ámbito más general de las políticas de investigación.

El crecimiento del interés por la comunicación coincide con una serie de cambios estratégicos en las políticas científicas, de “I+D+I”, unas políticas

que han ido traspasando a las ciencias sociales las lógicas industriales del desarrollo técnico-científico.

Así se han ido imponiendo a las ciencias sociales nuevas lógicas de productividad que inciden en la agenda de la investigación cultural y de la comunicación.

Estas lógicas afectan, por ejemplo, a las políticas de “meritaje” y promoción del profesorado, con nuevas y rígidas formas de evaluación, basadas en cuestionables algoritmos sobre calidad e impacto.

En paralelo, la “academia” ha ido cediendo a las grandes industrias editoriales los criterios de selección y promoción de investigadores e investigadoras. Se tiende entonces a priorizar la investigación que mejor se adapta a los formatos y tiempos de los artículos en las revistas clasificadas, abandonando otros géneros, entre ellos el libro de ensayo, a costa de ignorar visiones de conjunto de los grandes y complejos fenómenos de la comunicación/cultura.

Las grandes revistas académicas actúan ahora como verdaderas “majors” de la difusión científica. Podríamos analizar la producción y la difusión de la investigación sobre la comunicación, en sus distintas escalas, nacionales e internacionales, de manera similar a como estudiamos las industrias culturales.

Aunque las formas de difusión se hayan ampliado notablemente en la red digital y que se multipliquen las iniciativas editoriales de las universidades y asociaciones académicas, la producción que marca tendencias y alcanza mayor escala sigue siendo la que se difunde a través de los grandes ejes editoriales.

Más aún, hoy asistimos al riesgo de que esta línea de prioridades se extienda acríticamente a otros formatos académicos: a los doctorados, a los másteres, a los simposios y a los criterios de organización de las asociaciones académicas.

La presión creciente en nuestras universidades para la realización de tesis de doctorado “por compendio de publicaciones” es un ejemplo de esta corriente de influencias. Parodiando la cuestión parece que pronto en lugar de obtener el título de “doctor por la universidad de...”, se adquirirá el título de doctor “por alguna de las grandes editoriales indexadas”.

Las políticas de investigación de nuestras universidades deben adaptarse a estas circunstancias, pero no deberían ignorar las contradicciones que se derivan de estos procesos. Interpretar de manera crítica la investigación de la comunicación significa hoy considerar sus aspectos epistemológicos, pero también otros aspectos relacionados con las condiciones de producción y difusión del trabajo científico.

Son múltiples los manifiestos, artículos, tomas de posición, pero aún son muy pocas las medidas correctivas al respecto. De ahí el importante papel que corresponde a las asociaciones académicas como posibles correctoras de estas contradicciones.



## EL PAPEL DE LAS ASOCIACIONES ACADÉMICAS

Las asociaciones académicas de comunicación, más que en el caso de otras ciencias sociales, han jugado un papel fundamental en el desarrollo de nuestro campo de estudios.

Fueron decisivas en el pasado y, aun ahora, deben seguir ocupando un lugar específico en nuestro sistema científico, preservando su autonomía y actuando como correctores y contrapeso a la homogeneización de criterios de las actuales políticas de I+D+I.

La advertencia que recibimos de Luis Ramiro Beltrán (1976/1985)<sup>1</sup> en el Congreso de la Asociación Internacional de Estudios e Investigación sobre la Información (IAMCR/AIERI) de 1976 en Leicester sigue vigente. La conexión entre nodos evita el monopolio de ideas y facilita la interpretación global de las diversas experiencias locales.

En los años 1970, cuando el flujo de difusión académica era tanto o más desequilibrado que el flujo informativo internacional, las asociaciones académicas consiguieron crear una red que tuvo un papel fundamental en la corrección de este desequilibrio. La aparición de cada asociación delimitaba un grupo, pero también significaba la posibilidad de conexión entre grupos.

Las primeras asociaciones nacionales en Latinoamérica cohesionaban la investigación de cada país, pero también permitían la creación de redes transnacionales.

La Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIC) fue fundamental para dinamizar el flujo académico latinoamericano y para establecer otros contactos académicos, especialmente entre Europa y Latinoamérica.

Con la creación en 2008 de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC) se proponía una plataforma de intercambio entre las universidades de España, pero también un núcleo de conexión con otras redes, con asociaciones europeas y especialmente latinoamericanas, incrementado la cooperación.

La misión específica de estas asociaciones es la colaboración de la comunidad científica y su permeabilización, abriendo el campo de estudios a la dimensión internacional, viendo las cosas desde un lugar (local y nacional), pero compartiendo las experiencias en una comparación global.

## DE LA PRESENCIALIDAD A LA REUNIÓN EN LÍNEA

En la época de constitución de ALAIC, 1978, los estudios se difundían (con notables dificultades) mediante las casas editoriales y las grandes instituciones académicas, de claro dominio norteamericano.

<sup>1</sup> Ponencia de Luis Ramiro Beltrán en el Congreso de la AIERI de 1976 en Leicester, "Premisas, Objetos y Métodos Foráneos en la Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica", publicado posteriormente en *Sociología de la Comunicación de Masas* (Moragas, 1985).

En aquellos primeros años, sin instrumentos telemáticos, salvo el telegrama y, luego, el fax, los congresos y los simposios (“presenciales por definición”) fueron los grandes lugares de creación de red.

Extraño campo éste de la comunicación en América Latina, en el que los problemas tienen que ver con sofisticadas tecnologías, pero en el que el flujo de las informaciones sobre su estudio sigue pasando, tanto o más que por los libros y las revistas, por la “cultura oral” de los encuentros, de los seminarios y por esa otra, también oral a su manera, que es la de las cartas. (Martín-Barbero, 1988, p. 2)

La generalización de Internet a finales del siglo XX ofreció a estas asociaciones un nuevo instrumento de organización: la creación de “constelaciones académicas en red”, entre personas investigadoras, entre grupos de investigación, entre universidades, entre asociaciones, con plataformas adaptables a todos estos niveles (Caffarel-Serra, 2023).

El despliegue descriptivo es incuestionable, pero el debate debe referirse ahora a los retos teóricos y a las finalidades e ideologías de la investigación.

### ¿PARA QUÉ SIRVE LA INVESTIGACIÓN?

Una pregunta general cruza hoy los estudios universitarios de comunicación: ¿Para qué sirve la investigación y cuál es su función social?

Para responder a esta cuestión debemos distinguir tres principales modos de investigar que, a su vez, implican distintas posiciones teóricas e ideológicas.

Por una parte, la investigación funcional o aplicada, destinada a resolver problemas concretos de algunos actores del sistema.

Por otra, la investigación (no utilitarista) que se propone conocer el conjunto del sistema social, “conocer el mundo”, mediante el estudio de la comunicación (Williams, Habermas, Luhmann, Hall, Morin, Martín-Barbero, etc.). En esta perspectiva se engloba la investigación crítica, una opción teórica más necesaria que nunca cuando la comunicación es reconocida como núcleo de nuestro tiempo, de la sociedad de la información.

Finalmente, una tercera posición que interesa o implica a las dos anteriores: la dedicada al reconocimiento del sistema de comunicaciones (desde la estructura de los medios al análisis de las narrativas), creando la base necesaria para el conocimiento de las lógicas de producción y los usos de la comunicación.

Cuantitativamente la principal práctica de investigación sobre comunicación sigue siendo la investigación funcional o aplicada, destinada a resolver problemas concretos de los grandes actores del sistema, a facilitar sus estrategias



de producción y comercialización. Este tipo de investigación, que cuenta con los máximos recursos, no se propone crear conocimientos de interés general y de acceso público. Es investigación aplicada y confidencial.

Por otra parte, esta investigación no utilitarista que se propone conocer el conjunto del sistema social, “conocer el mundo”, mediante el estudio de la comunicación, no puede construirse sin el apoyo de investigaciones específicas sobre la estructura de la comunicación (espacios, tecnicidades, flujos, convergencias, retóricas, usos y efectos) siguiendo la antigua, pero aun lúcida, terminología de Abraham Moles (1967) al interpretar la dinámica cultural como un ciclo desde la creación hasta el consumo.

Los estudios de comunicación que pretendan ofrecer conocimientos para una interpretación global de la sociedad (cultura, política, economía) precisan de conocimientos parciales sobre los distintos aspectos de esta estructura, entendida como una ecología en transformación.

Esto se ha hecho más evidente en los últimos treinta años, con la digitalización, la irrupción de Internet y la transformación acelerada de las comunicaciones.

### **AGENDA TEMÁTICA Y MULTIDISCIPLINARIEDAD EN EL PROPIO CAMPO DE ESTUDIOS**

Los estudios de comunicación se han ido configurando como un conjunto de múltiples subcampos, relacionados entre sí en forma de constelación, permitiendo múltiples combinatorias.

La continua ampliación del número de secciones temáticas y grupos de trabajo en las asociaciones académicas es un buen ejemplo de ello.

La constelación temática de los estudios de comunicación se ha ido formado según distintos criterios, influidos por la tradición de cada contexto:

Por una parte, respondiendo a retos epistemológicos (métodos, teorías, disciplinas) o a la construcción de “parcelas” del paradigma de la comunicación (emisores/productores, contenidos, canales, receptores/usuarios); pero también siguiendo grandes temas sociales: grupos (infancia, juventud, migraciones); problemáticas (salud, medio ambiente, riesgo, política); problemas transversales (opinión pública y democracia, feminismo, mediatización), dimensiones culturales de la comunicación (industria cultural, diversidad); nuevos problemas (postverdad, falsas noticias, inteligencia artificial), etc.

Esta parcelación debe ser sometida a un análisis crítico de contradicciones y riesgos, integrando cada “parcela” en el conjunto de la investigación y evitando que la especialización temática se convierta en aislamiento.

Así, por ejemplo, los enfoques feministas, críticos, alternativos o participativos no deberían ser considerados como “secciones temáticas a parte”, sino como enfoques que interesan a todas las secciones.

La multidisciplinariedad ya no es algo que interese únicamente a las relaciones de los estudios de comunicación con otras “disciplinas” (la Sociología, la Semiótica, la Economía, etc.), sino que también interesa a las relaciones entre los destinos subcampos de investigación en comunicación.

De ahí que sean especialmente estimulantes las iniciativas de trabajos comunes entre secciones y grupos temáticos.

## UN RETO ESPECIAL DEL SIGLO XXI: LA INTERPRETACIÓN DE LOS CAMBIOS

En los últimos cuarenta años la investigación de la comunicación se ha visto interpelada por un proceso excepcional de cambios estructurales en la comunicación, siguiendo una aceleración sin precedentes.

Entre estos cambios podemos señalar cinco etapas: el fin de la era *broadcasting* (1984-1995), el inicio de Internet (1996-2000), la generalización de las redes sociales (2001-2005), el incremento de la conectividad (*smartphone*) (2006-2012) y nuevos procesos de inteligencia artificial (2012-2023).

Desde el punto de vista teórico, una primera dificultad estriba en saber identificar la tipología de estos cambios y en descubrir hasta qué punto pueden afectar a nuestras formas de organización social y a nuestra percepción del mundo.

Para interpretar estos fenómenos propongo distinguir tres tipos de cambios en la comunicación (Moragas, 2022):

- Los que afectan a las formas y prácticas expresivas de comunicar (de la pluma a la máquina de escribir, de ésta al ordenador, etc.).
- Los cambios que alteran el sistema de comunicaciones (la fotografía, el magnetoscopio, la radiodifusión, etc.).
- Los cambios, más irruptivos, que alteran el conjunto del paradigma social (escritura, imprenta, electricidad, digitalización, inteligencia artificial).

Estos últimos deben distinguirse de los cambios funcionales, aquellos que nos permiten hacer las mismas cosas, aunque sea de una manera diferente, más cómoda o rápida.

### Cambios y nueva ecología de la comunicación

La investigación debe interpretar ahora las lógicas profundas que suponen estos cambios, que afectan a todas las prácticas de comunicación. Ni todos los



cambios son iguales, ni todo aquello que se considera nuevo lo es verdaderamente. El análisis estructural de la comunicación debe identificar ahora las alteraciones que se van produciendo en, y entre, los elementos del paradigma de la comunicación (emisor, contenidos, canales, receptor).

Lejos ya de la antigua definición de comunicación de masas, dirigida a públicos amplios, anónimos, heterogéneos y dispersos, desde centros de comunicación centralizados, más allá de las primeras experiencias de la telemática, la digitalización influye ahora en todos los procesos de mediación, facilitando múltiples fenómenos de convergencia, y no solo entre los distintos medios de comunicación (prensa, radio, TV, cine, Internet), sino también entre estos y otros sistemas de comunicación (teléfono, tabletas, salas de reunión). Todo ello en un nuevo entorno caracterizado por el uso de la pantalla como terminal de recepción.

¡Qué lejos nos queda el paradigma de Lasswell!

La mediación tecnológica ya no es solo cosa de los *mass media*, sino que también constituye un aspecto fundamental de la comunicación personal y grupal, con múltiples similitudes entre las prácticas comunicativas profesionales y las no profesionales, con múltiples efectos culturales y educativos.

El teléfono móvil o *smartphone*, la herramienta del siglo XXI, unifica las prácticas del trabajo, la vida diaria, la formación, el entretenimiento y la información.

McLuhan se refirió en su día a las repercusiones que los cambios en los medios de comunicación (imprensa, televisión) podían tener en el modelo de sociedad (*aldea global*). Ahora lo que se produce es más bien un cambio en el entorno tecnológico de la comunicación humana que afecta, también pero no únicamente, a los medios.

En mi libro *Interpretar la Comunicación* (Moragas, 2011), me refería al “paradigma de la comunicación digital” señalando la nueva centralidad que estaba adquiriendo la producción de contenidos ante las nuevas formas de acceso a la información, con receptores que acuden directamente a buscar la información al gran “almacén digital” de contenidos.

A inicios de la era digital vimos cómo la centralidad (el poder) de la comunicación se iba desplazando desde la difusión (era *broadcasting*) hacia la producción, reorientando la mirada hacia la dirección contraria, desde el receptor al emisor o, más específicamente, desde el receptor al “almacén digital” de contenidos.

En el siglo XXI la centralidad de la comunicación ha sufrido un nuevo desplazamiento, ahora desde la producción de contenidos hasta el control de los datos acumulados en los usos de la información. El almacén digital (ahora se denomina nube) ya no es únicamente un lugar donde ir a buscar



contenidos, sino el gran almacén donde se controla y se procesa toda la información facilitada –voluntaria o involuntariamente– por los usuarios de la información.

### **Big data y nuevo cambio de paradigma**

De los formatos propios de la comunicación de masas del siglo XX se ha ido pasando a lo que podemos denominar “personalización masiva de la comunicación”, es decir, a la información personalizada (en contenidos, pero también en tiempo y lugar de consumo), destinada a un mercado masivo de personas.

La gran memoria digital de contenidos ya no es un simple repositorio, sino que es una “inteligencia” capaz de calcular y proponer soluciones. Puede advertirnos de la necesidad de cambiar de coche o de ordenador, de la escasez de algunos alimentos en nuestro frigorífico y también puede orientar nuestra agenda cultural e, incluso, recomendarnos a quién debemos votar en las próximas elecciones.

Sin embargo, en la interpretación de los cambios debemos proceder con cautela, evitando el seguidismo a las ideas promocionales de las empresas de nuevas tecnologías, presentadas desde el principio como una aportación a la participación y a la democratización, pero que posteriormente van orientándose a la recentralización y la comercialización de sus prestaciones (Wu, 2016).

La historia de la comunicación nos ha ido mostrando como se desvanecía el efecto deslumbrante de la aparición las redes sociales, aceptadas acríticamente como instrumentos que favorecerían –directamente– la democratización. La tarea de la investigación es contrastar el desarrollo de las tecnologías de la comunicación con sus verdaderos impactos en la organización y el control social.

## **EL COMPROMISO DE LA TEORÍA CON LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN**

Finalmente, nuestro trabajo académico deberá traducirse en transferencia de conocimientos a las políticas de comunicación, en su sentido más amplio de acción cívica y democratización. Este compromiso, que estuvo presente desde la creación de las asociaciones académicas en los años 1970 y 1980, sigue plenamente vigente.

La investigación académica tuvo un papel decisivo en la fundamentación de las políticas nacionales de comunicación y el nuevo orden internacional de la comunicación, plasmado en el Informe MacBride.



En las décadas siguientes, también desde el ámbito académico afloraron nuevas ideas sobre el uso de las tecnologías para la comunicación horizontal, se construyó un discurso propositivo sobre las políticas para la diversidad cultural y se abrió la brecha de nuevas teorías sobre la convergencia entre las políticas de comunicación y las políticas culturales.

No se apostaba únicamente por políticas “nacionales” (entiéndase “estatales”) de comunicación, sino también por políticas aplicables a otros diversos niveles: regionales, locales, urbanos y comunitarios. El trabajo teórico fue decisivo a la hora de construir aquellos proyectos.

La investigación contribuyó al empoderamiento y a la construcción de procesos de comunicación para el cambio social, no para la dependencia.

En el actual nuevo contexto de cambios digitales estos retos no solo siguen vigentes, sino que son más acuciantes que nunca.

Las exigencias básicas de las políticas de comunicación en el siglo XX, tales como la garantía de pluralismo, la necesidad de evitar las desigualdades y desequilibrios en el acceso a la información, la defensa de la libertad de expresión, la planificación de la comunicación para el desarrollo y la contribución de los medios a la diversidad cultural, siguen plenamente vigentes en la nueva era Internet y *Big data*.

Lo que sí resulta nuevo – y debe ser objeto de investigación – son las lógicas que se derivan de la rapidez con la que se producen estos cambios, una rapidez que escapa del poder político y pasa a ser controlada por las grandes multinacionales del sector, orientadas por los excepcionales recursos de investigación y planificación de que disponen.

En este nuevo contexto, las políticas de comunicación deben añadir a su agenda algunos temas clave, como la defensa de la neutralidad de la red y la redefinición del concepto de libertad de expresión, la regulación de la gestión de datos personales y la transparencia de sus algoritmos, la protección del derecho a no ser extorsionado por la trazabilidad de los datos capturados en nuestras conexiones en Internet, la defensa ciudadana frente a la manipulación y circulación de falsas noticias, los riesgos que suponen las nuevas burbujas de recepción, etc.

¿Vamos hacia una Internet discriminatoria, muy amplia para unos pocos, pero con acceso restringido y orientado, a baja velocidad para la mayoría?

Las nuevas políticas de comunicación deberán plantear líneas propositivas adaptadas a esta nueva ecología de la comunicación, especialmente con la redefinición de los servicios públicos de información en la era digital, el uso de las tecnologías para la participación y la movilización social y otras iniciativas como la alfabetización tecno-mediática, ahora más necesaria que nunca.

## LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, LOS ÁRBOLES Y EL BOSQUE

En las últimas décadas hemos asistido a una extraordinaria multiplicación de investigaciones monográficas dedicadas a los más diversos aspectos de la comunicación. Sin embargo, sentimos un gran vacío respecto al conocimiento de los cambios en la comunicación y su prospectiva.

Ante tantas investigaciones monográficas (sectoriales), publicadas en revistas especializadas, estimuladas por el actual sistema de promoción académica, mientras descienden los ensayos teóricos, nos asalta la duda de si los árboles, plantados por doquier, no nos están impidiendo ver el bosque.

Haciendo un paralelismo con la antropología cultural diríamos que los múltiples estudios etnográficos tienen sentido y deben conducirnos al desarrollo de visiones de conjunto (etnología).

En este artículo hemos propuesto distinguir entre la investigación dedicada al reconocimiento del sistema de comunicaciones (desde la estructura de los medios al análisis de las narrativas) y la investigación que se proponen conocer el conjunto del sistema social, “conocer el mundo”, a través de la comunicación. La segunda precisa del desarrollo de la primera, pero la primera es incompleta si no nos permite avanzar en la segunda.

Esta preocupación no solo debería orientar la práctica de la investigación, sino que también la formación universitaria, para responder positivamente cuando se nos pregunta: ¿Profe, para qué sirve la teoría de la comunicación? ■

## REFERENCIAS

- 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.

---

Artículo recibido el 30 de octubre de 2023 y fue aprobado el 22 de noviembre de 2023.