

Investigación venezolana en mediaciones digitales (2008-2018)

—apuntes para un estado del arte—

CARLOS DELGADO FLORES

En este texto el autor revisa un conjunto de investigaciones (trabajos de grado) realizados en las escuelas y postgrados de Comunicación Social de dos universidades venezolanas en un periodo de diez años, para dar cuenta de un cuerpo de tendencias que se enmarcan en el proceso que denomina como “normalización de la noción de mediación”, y que constituyen el punto de partida para un estado del arte del campo de estudios que visto desde una perspectiva epistemológica, pueda proyectarse de cara a las tendencias que se configuran en este cambio de época que marca el surgimiento de la sociedad del conocimiento.

ABSTRACT *In this text the author reviews a set of research (degree works) carried out in the schools and postgraduate programs of Social Communication of two Venezuelan universities in a period of ten years, to give an account of a body of tendencies that are part of the process that called "normalization of the mediation notion", and that constitute the starting point for a state of the art field of studies that seen from an epistemological perspective, can be projected in face of the trends that are configured in this change of time marks by emergence of the knowledge society.*

INTRODUCCIÓN

LA MEDIACIÓN COMO METADESCRIPTOR

Para la investigación en comunicación social, el concepto mediación es pivotante. A un tiempo, sintetiza en forma descriptiva el conjunto de prácticas asociadas a la comunicación social, de manera tal de trascender la versión que da cuenta de ellas como funciones dentro del cuerpo

social, dispuestas a la búsqueda de efectos por parte de los receptores/perceptores (Martín Serrano); pero a la vez preserva la perspectiva crítica que las evalúa como participantes de un modo de producción, donde las asimetrías de capital quitan legitimidad a estas mismas prácticas en una perspectiva de la Modernidad que la entiende como la ideología del capitalismo

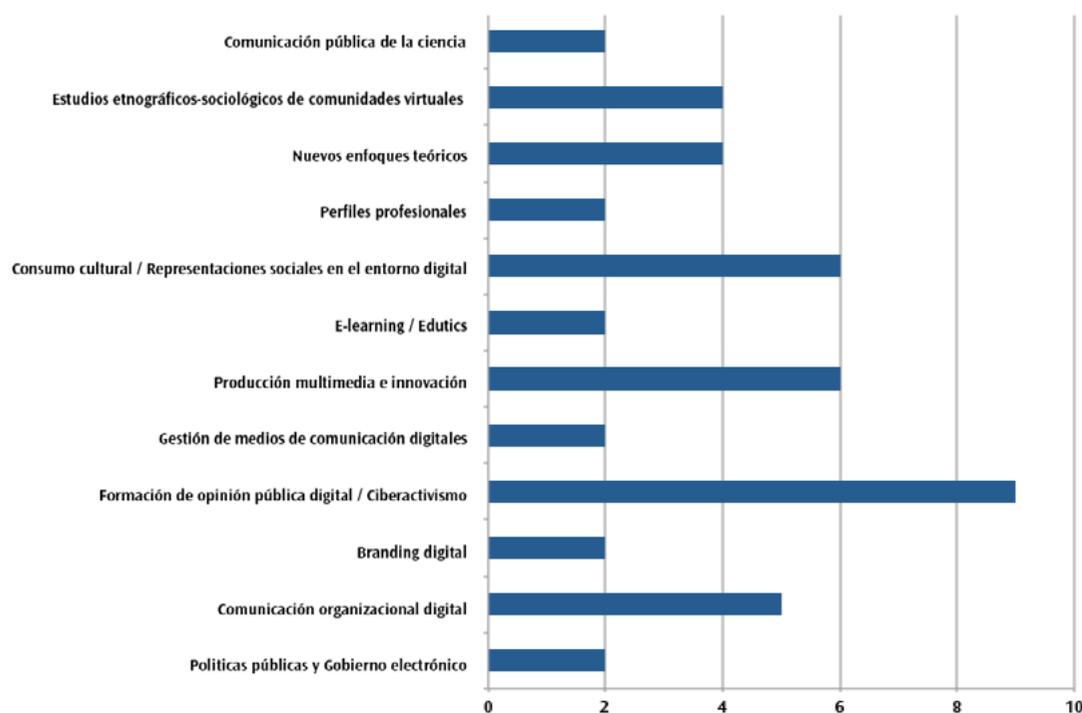
(Wallerstein, 2013) y donde los procesos de intercambio y capitalización (Baudrillard, 1999; Bourdieu, 1997), de construcción de valor por parte de los mediadores en tanto que constructores de discurso (Martín Serrano, 1977), o por parte de las audiencias empoderadas de sus propias estrategias de producción simbólica (Barbero, 1987; Orozco, 1991; De Certau, 1999), construyen la trama de significaciones que desde la perspectiva de los estudios culturales podemos entender como cultura (Weber, 1922; Geertz, 1973), imaginario social (Castoriadis, 1989) o semiosis social (Veron, 1987), entre otros enfoques destacables.

La mediación ha sido eficaz para dar cuenta hasta ahora, de la complejidad de la comunicación social en tanto relación de consaber (Pascuali, 1978), tanto de manera comprensiva, en su generalidad antropológica, como de manera analítica, en el cuerpo de las disciplinas, campos de estudio y enfoques teórico-metodológicos tanto de la producción de comunicación social como de su investigación. Sin embargo, la emer-

gencia de la comunicación en el entorno digital, de la mano de los procesos que vienen caracterizando esto que comenzamos a reconocer como un cambio de época para el proyecto civilizatorio: la crisis de la globalización liberal, la cuarta revolución industrial, la emergencia de la sociedad del conocimiento y la urgencia del desarrollo sustentable, requieren de nuevas teorías y nuevos métodos que, preservando los avances de la tradición heredada, abran nuevas perspectivas para la investigación de la comunicación.

De allí que pueda considerarse que, más allá de un descriptor de tematizaciones, la mediación resulta sintética para traer al presente el acto de comunicar y sus distintas traducciones lexicales, distribuidas a lo largo de la tradición heredada de los estudios de comunicación social y su vinculación al conjunto de prácticas que dan cuenta de la experiencia humana contemporánea, el alegato antropológico fundamental al cual alude Lluís Duch (2002). Y poseer “meta-descriptores” es de utilidad cuando se trata de

GRÁFICO 1
CLASIFICACIÓN TEMÁTICA DE INVESTIGACIONES EN MEDIACIÓN DIGITAL
UCV/UCAB (2008-2018)



Fuente: el autor (2019).

comparar la evolución de un campo de estudios con las perspectivas que un cambio de época puede abrir para la evolución de esos mismos estudios: cuando se hace balance y se trazan perspectivas.

Se trata, acaso, de explorar el territorio de la producción científica de una manera atenta: rastreando la posibilidad de encontrar ejes de transformación que den cuenta de posibles cambios paradigmáticos, siguiendo una ruta inversa a la que reporta Thomas Kuhn en *La estructura de las revoluciones científicas* (1998) y en vez de pasar de una primera fase, precientífica, en donde se acepta un paradigma a una segunda, donde se normaliza la investigación que tal modo de distinguir lo normal, lo estandarizado, lo establecido en su veridicción (Foucault, 1984) de las *anomalías*, aquellas conjeturas que rompen las regularidades discursivas, que brotan de los intersticios de los discursos vistos desde su genealogía (Foucault, 1984) y aparezcan nuevas conjeturas que reúnan en torno a sí nuevas teorías (fase revolucionaria), se retroceda desde el presente de las transformaciones del cambio de época, hasta la consolidación de una tradición, en este caso representada por la noción de mediación.

En las líneas que siguen, se ofrecen elementos para un estado del arte en la investigación en mediaciones digitales, construido a partir de la revisión de un conjunto de trabajos de grado tanto de pregrado como de postgrado, realizados entre 2008 y 2018. La selección, si bien es parcial, comprende a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, la Maestría en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV, nucleada en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco), la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, la Maestría en Comunicación Social y la Especialización en Publicidad de la UCAB.

Se trata de una selección que, aunque incompleta, permite orientar *grosso modo*, las líneas seguidas para la normalización de la noción de mediación en la producción de investigaciones en dos de las escuelas de comunicación social más antiguas del país. Cuantitativamente, la

selección se distribuye atendiendo a las temáticas constituidas en las prácticas de producción de comunicación social, y sus volúmenes pueden apreciarse en el gráfico 1.

LA NORMALIZACIÓN DE LA NOCIÓN DE MEDIACIÓN EN EL CAMPO DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Una primera mirada al proceso de normalización de la idea de mediación, y su aplicación al estudio de la comunicación digital lleva a inscribirla en la tradición de los estudios de comunicación social, atendiendo a los paradigmas vigentes: el funcionalista, el crítico y los estudios culturales. Esta inscripción lleva a que las teorías para comprender la operación de mediación, sean las propias de los paradigmas vigentes en el campo de estudio; a que dada la novedad de los fenómenos de la comunicación digital y a no disponer de un repertorio de teorías con suficiente capacidad explicativa que a la vez preserven los *complexus* de sentido de los fenómenos, la mayoría de las investigaciones revisadas no trascienden de un nivel descriptivo de aproximación a su objeto de estudio.

La normalización ha inscrito el concepto de mediación en el cuerpo de problemas tradicionales del campo de estudios que se han formulado, a su vez, siguiendo la lógica de agrupar el trabajo de los investigadores noveles bajo la tutoría de investigadores expertos en las áreas de especialización, comúnmente concebidas como líneas de investigación. Los investigadores expertos se consideran herederos de la tradición del campo de estudios y proponen el abordaje de los temas y el acompañamiento en el desarrollo de la investigación a partir de las elecciones teórico-epistemológicas de la tradición, del repertorio de teorías y metodologías disponibles y de las heurísticas con eficacia comprobada, adecuada a cada problema de investigación.

Las líneas de investigación no suelen poseer carácter interdisciplinario o transdisciplinario, de allí que estas dependan en gran medida del repertorio disponible, adoptado por cada investigador según su vocación profesional y su comprensión del modo en que su investigación hace parte del conjunto del campo de estudios de la comunicación social, al cual no se le concibe

(...) la investigación requiere epistemologías en correspondencia que ordenen el tipo de razonamiento, operen diversos tipos de operaciones argumentativas, permitan elegir el repertorio de teorías disponibles nucleadas en los paradigmas y los métodos, metodologías y técnicas adecuados a cada objeto de estudio construido.

como disciplina por no contar con un marco epistemológico propio, sino derivado de otros campos del conocimiento.

Erik Torrico (2004) describe el campo de estudios como el resultado de la interacción entre matrices teórico-sociales (prefiere este concepto, citando a Kuhn, en lugar del de paradigma, también en Kuhn 1998), abordajes comunicacionales, y enfoques/teorías de rango medio. Y ello se corresponde con la conjetura trazada por Jesús María Aguirre (1999), de dos panoramas de avance para las ciencias de la comunicación: el arborescente y el rizomático. El primero, lógico formal, inductivista, cartesiano, causal/correlacional, regido por el sujeto trascendental kantiano, que es un sujeto abstracto, ideal, enunciador de predicados lógicos y recurso de la objetividad científica sin paréntesis (Maturana, 2001), y el segundo:

... más ajustado a la teoría del caos y del principio de incertidumbre, apoyaría la tesis de que las diversas ciencias de la comunicación se constituyen con cierta autonomía, estableciendo relaciones rizomáticas según los problemas que intentan solucionar a partir de interpretaciones disciplinares desde una óptica centralizada por la economía política: poder, cuerpo, producción / reproducción, etc. (Aguirre, 1999)

Así pues, partiendo de *ontologías* de la comunicación que la conciben alternativamente como flujo de información que genera un efecto, como sustracción de valor en una relación de intercambio, como interacción en un plano simbólico o como una conversación entre distinciones en el mundo de la vida, la investigación requiere *epistemologías* en correspondencia que ordenen el tipo de razonamiento, operen diversos tipos de operaciones argumentativas, permitan elegir el repertorio de teorías disponibles nucleadas en los *paradigmas* y los *métodos, metodologías y técnicas* adecuados a cada objeto de estudio construido. La mediación en la comunicación

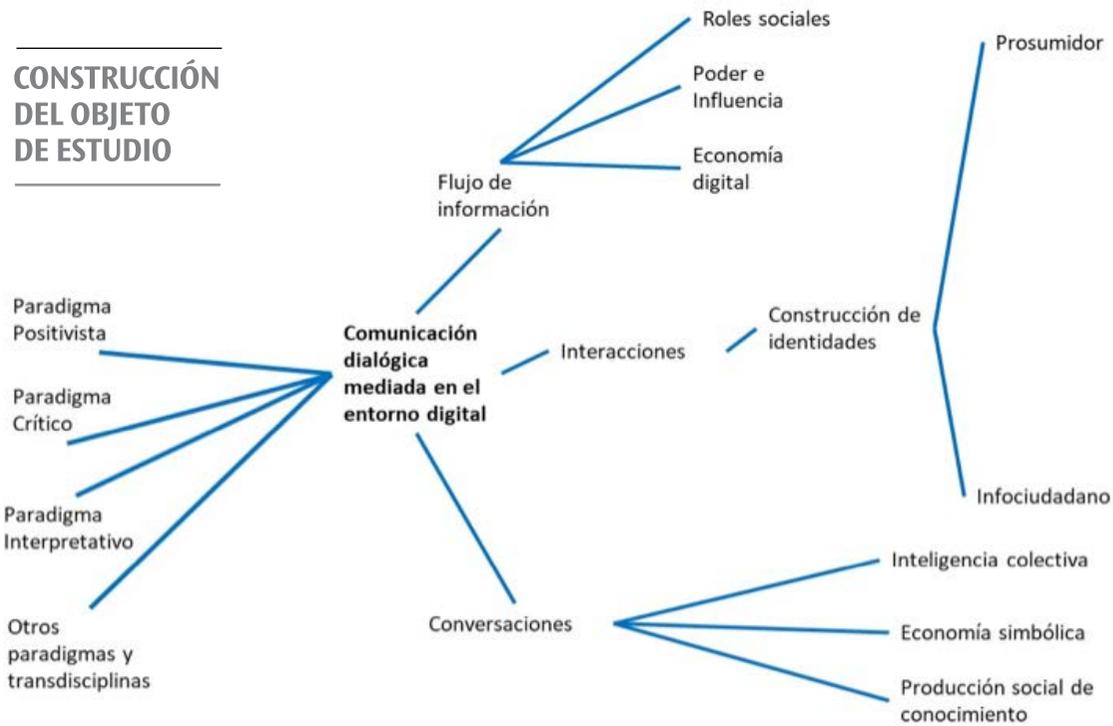
CUADRO 1.

PARADIGMAS DOMINANTES EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

	Paradigma positivista	Paradigma interpretativo	Paradigma crítico
Características principales	La realidad es objetiva. Estudio de variables. Formulación de leyes generalizables.	Estudio del significado. Estudio de reglas.	Reflexión crítica como proceso científico. Los datos son complementarios de la reflexión. Análisis del poder.
Finalidad de la investigación	Explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar las teorías.	Comprender, interpretar la realidad, los significados, las percepciones, intenciones y acciones.	Identificar potencia de cambio. Emancipar el sujeto. Analiza la realidad.
Relación sujeto (investigador) / objeto de estudio	Independencia. Neutralidad. Investigador externo.	Dependencia. Implicación del investigador. Interrelación.	Relación influida por el compromiso de cambio. El investigador es un sujeto más.
Teorías	Estructural-funcionalista.	Escuela de Palo Alto. Interaccionismo simbólico. Construccinismo. Etnometodología. Fenomenología. Semiótica.	Escuela de Frankfurt. Economía política. Estudios culturales.
Técnicas más usuales	Se apoya en datos cuantitativos: encuestas, análisis de contenido, observación sistemática, experimentos.	Se apoya en datos cualitativos: entrevistas en profundidad, historias de vida, grupos de discusión, análisis de discurso.	Se apoya en la reflexión teórico-crítica: observación, historias de vida, entrevistas en profundidad, análisis de discurso.

Fuente: Del Río (2011).

GRAFICO 2.
VECTORES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO
EN LA COMUNICACIÓN DIALÓGICA MEDIADA EN EL ENTORNO DIGITAL



digital no constituye una excepción, aun cuando pueda tratarse de objetos complejos de los cuales no pueda darse cuenta con explicaciones de carácter reductivo. Una versión sucinta de los paradigmas dominantes y su aplicación puede apreciarse en el cuadro 1 y en el gráfico 2.

Así pues, hay una perspectiva general para la normalización. Conviene ahora apuntar cómo ocurre el proceso a lo interno del campo. Al agrupar el conjunto de tesis analizadas, según sus descriptores, se obtuvo una clasificación *ad hoc* de doce áreas de aplicación. Se revisan a continuación.

1. Políticas públicas y gobierno electrónico

A partir del reconocimiento de la comunicación como un derecho que actualiza la libertad de expresión, el acceso a la información y la libertad de prensa, y la necesidad de que el Estado constituya garantías de derecho, la mediación digital se va entendiendo bajo la lógica de rediseñar las comunicaciones de estado, abriendo espacios que permitan transformar la conversación digital sobre temas de

interés público, en políticas públicas conducentes a convertir esas conversaciones en acciones vinculantes al Estado y a la ciudadanía. Así se encuentran investigaciones que estudian la evolución del gobierno electrónico y su transformación en gobierno abierto; los procesos de transparencia y rendición de cuentas, así como investigaciones que revisan las políticas públicas de acceso a Internet, de manera comparativa con otros países de la región. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

2. Comunicación organizacional digital

Tomando en consideración a las redes sociales como espacios privados que pueden volverse públicos conforme la temática de la conversación digital lo sea, surgen para las organizaciones contemporáneas dilemas que parecen apuntar hacia la necesidad de trascender la comprensión de Internet y redes sociales como “un canal más”. Así, se encontraron investigaciones que exploran la noción de Comunicaciones Integradas de Mercadeo como punto de partida para diseñar estrategias de conversación digital en

redes, para evaluar el *branding* de sitios web de organizaciones (canales de TV, en el conjunto revisado) o de instituciones de la administración pública. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

3. Branding digital

Dado que la conversación entre audiencias ciudadanas en el entorno digital posee escala relacional directa (1x1), la construcción de marcas y el desarrollo de comunicaciones publicitarias valora las distinciones hechas por la audiencia como una recomendación *boca a boca*, y pide desarrollar líneas estratégicas que comprendan de manera sistémica el desarrollo de la promoción de marca. En el cuerpo de investigaciones revisadas se encontraron dos trabajos de estrategia para *branding* digital. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

4. Formación de opinión pública digital / Ciberactivismo

Se trata de una de las áreas de trabajo con mayor productividad dentro del conjunto de trabajos revisados. Se estima que ello puede deberse a que aúnan los estudios de una retórica periodística tradicional, concebida para construir ciudadanía y coadyuvar a la gobernabilidad, con los usos de la conversación ciudadana digital y su conversión en acción política institucional o parainstitucional. Los trabajos recopilados cuestionan la eficacia de la agenda *setting* como factor clave para la construcción del relato cotidiano que enmarca la producción de opinión pública, al igual que los apoyos –directo y/o difuso– a nociones vitales para la política contemporánea; revisan tópicos, pragmáticas discursivas y, asimismo, activismo tematizado y articulado en la conversación digital. La mediación se concibe como estrategia de la audiencia ciudadana en interacción con la producción social de comunicación.

5. Gestión de medios de comunicación digitales

Los trabajos analizados parten de la noción de convergencia digital, concebidos como parte de

un proceso de transformación de medios industriales, y de su adaptación a un entorno digital que demanda transformaciones profundas en los modelos de negocio y en la (re) comprensión de su rol político en los sistemas contemporáneos de gobernabilidad. La mediación se entiende como producción social de comunicación.

6. Producción multimedia e innovación

En este grupo se reúnen tanto trabajos de elaboración de medios digitales con narrativas transmedia, como exploraciones a las innovaciones en el desarrollo de interfaces. Es el segundo grupo más numeroso y se explica por cuanto permiten al investigador poner en perspectiva una investigación de campo, comúnmente mercadológica y etnográfica, para caracterizar el público meta y en función de sus características resaltantes, diseñar y desarrollar un proyecto. La mediación se entiende como producción social de comunicación.

7. E-learning / Edutics

Esta área, interdisciplinaria por antonomasia, reúne investigaciones que desarrollan interfaces y contenidos para la educación a distancia basada en el entorno digital, e igualmente otras que incorporan las Tecnologías de Información y Comunicación para el desarrollo de competencias cognitivas y/o simbólicas en los procesos de enseñanza-aprendizaje. La mediación se entiende como estrategia de la audiencia desarrollada con acompañamiento docente mediante procesos formativos.

8. Consumo cultural / Representaciones sociales en el entorno digital

La emergencia de los estudios culturales y su preocupación por la definición de identidades acoge la idea del consumo como lógica de apropiación de conocimiento y de fijación de prácticas identitarias para emplearla en el estudio de la construcción de identidades en el entorno digital, y asimismo, la forma como los sujetos sociales atribuyen rasgos a fenómenos a partir de las dinámicas de conversación digital. La

mediación se entiende como estrategia de la audiencia a partir de las conversaciones.

9. Perfiles profesionales

Se anota en esta área la indagación sobre nuevos perfiles profesionales, así como las nuevas formas de desarrollo de la actividad laboral, en específico, el *community manager* como perfil emergente, y el teletrabajo como dinámica de relación laboral, también emergente. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

10. Nuevos enfoques teóricos

En esta área se anotan exploraciones en el repertorio de las teorías disponibles, a la búsqueda de elementos transicionales que permitan incorporar nuevos abordajes y nuevas perspectivas para la construcción de conocimiento sobre los fenómenos de la comunicación digital. En algunos de los trabajos examinados se revisa el alcance de la mediación como noción de frontera.

11. Estudios etnográficos-sociológicos de comunidades virtuales

Los estudios de comunidades virtuales revisados, las abordan desde el repertorio de la tradición de los enfoques antropológicos, de la sociología de la cultura y de los estudios culturales, para caracterizar los fenómenos de construcción de comunidad en el entorno digital. La mediación se concibe como estrategia de la audiencia.

12. Comunicación pública de la ciencia

Se examina el contenido de divulgación científica disponible en el repertorio diverso de la conversación digital y se le acota como una especificidad de importancia para el campo de estudio que permita calibrar su evolución como compromiso de transformación social. La mediación se concibe como producción social de comunicación.

Y MÁS ALLÁ: LA HIPERMEDIACIÓN EN EL COMIENZO DE UNA COMPRENSIÓN COMPLEJA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Lo que pueda trascender a partir de estas anotaciones para un estado del arte de la investigación en mediaciones digitales quizás sea que la normalización de la idea de mediación ancla la ruta de sentido para la construcción de una ruta de investigación transdisciplinaria e interdisciplinaria, que apunta hacia la noción de hipermediación.

En 2008, Carlos Scolari publica su hoy afamado texto *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital*, allí brinda esta definición:

Al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. (Scolari, 2008:113-114)

La definición apunta hacia la necesidad de trascender la idea de mediación y su deriva vectorial que parece ir desde aquella concepción introducida en los 70 del siglo XX por Manuel Martín Serrano (1977) que la describe como la acción del productor social de comunicación, hasta la idea de Jesús Martín Barbero, primero, y de Guillermo Orozco, después, de la mediación como estrategia de la audiencia. Trascender esta noción, para concebir, acaso, a la comunicación social como un complejo de procesos hipermediales, donde lo reticular deviene molar, en la idea de Pierre Levy (2004) de la necesidad de un cambio de escala en el análisis de los componentes de los procesos.

En otros textos (Delgado, 2011, 2015) se ha señalado la necesidad de dar cuenta más completa de los fenómenos que involucran lo comunicacional en esto que ya viene conociéndose como un cambio de época. Así se han acotado, entre otras opciones posibles, descentrar la episteme de la comunicación de la sociología, admitir enfoques desde otras disciplinas o transdisciplinas, reconocer tendencias en los estudios y hacer prospectiva de los saberes que, al dar cuenta de la experiencia humana, permitan

encontrar los puntos de fuga por donde, acaso, está por emerger una revolución científica en el campo de estudios de la comunicación social.

Investigar las hipermediaciones es un punto de partida para volver al futuro. Pasa por definir entornos de investigación interdisciplinarios y transdisciplinarios, apostar por una episteme compleja (Delgado y Hernández, 2007) que conciben los procesos de comunicación como una dinámica de múltiples entradas y salidas, a los cuales es menester comprender antes de poderlos explicar.

CARLOS DELGADO FLORES

Investigador en el Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello donde lleva la línea de investigación sobre Sociedad del Conocimiento y entorno digital. Candidato a Doctor en Historia por esa casa de estudios, magister en Comunicación Social opción comunicación para el desarrollo social, licenciado en comunicación social. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Referencias

- AGUIRRE, J. (1999): "Anagnórisis de una ciencia bastarda". En: PCLA - Volume 1 - número 1: outubro / novembro / dezembro 1999. En línea: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista1/artigos2.htm> - 59k
- BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, España: G. Gili.
- BAUDRILLARD, J. (1980): *El intercambio simbólico y la muerte*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana. Traducción de Carmen Rada.
- BOURDIEU, P. (1999): *Meditaciones pascalianas*. España: Editorial Anagrama.
- CASTORIADIS, C. (1989): *La institución imaginaria de la sociedad*, Volumen II: el imaginario social y la institución. España: Tusquets.
- De CERTAU, M. (1999): *La invención de lo cotidiano*. México: Editorial de la Universidad Iberoamericana. (2 vol.)
- Del RÍO, O. (2016): *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- DELGADO FLORES, C. (2015): "El periodismo y la profesión al debate (digresiones sobre la crisis)". En: *Encrucijadas de la Comunicación en Venezuela*. Caracas: Fundación Centro Gumilla – BID & Co editores.
- _____ (2011): *Antropología de la Comunicación. Abordajes desde el pragmatismo y la ciencia cognitiva*. Editorial Académica Española. <https://www.eae-publishing.com/catalog/details/store/esbook/978-3-659-03182-3antropolog%C3%ADa-de-la-comunicaci%C3%B3n>
- DELGADO-FLORES, C. y HERNÁNDEZ, G. (2007): "Diez propuestas para un episteme de la complejidad en Comunicación". En: *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*. Número 140. Caracas: Centro Gumilla.
- DUCH, LI. (2002): "Antropología de la comunicación". En: revista *Analisi. Cuadernos de comunicación y cultura*. Número 29. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.
- FOUCAULT, M. (1984): *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- GEERTZ, C. (2005): *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa. Serie Cladema, 13ª reimpresión. [Primera edición (1973) *The interpretation of cultures*. Nueva York: Basic Books Inc.]
- ININCO (2018). *Entre líneas - Tomo 2: La Comunicación como Objeto de Investigación*. (Johanna Pérez Daza y Jesús Lovera Torres, editores). Caracas: Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades y Educación.
- KUHN, T. (1998): *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- LEVY, P. (2004): *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Organización Mundial de la Salud. Documento en línea, disponible en <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?Lang=es&channel=8>
- MARTÍN SERRANO, M. (1977): *La mediación social*. Madrid: Akal.
- MATURANA, H. (1997): *La Objetividad, un argumento para obligar*. Chile: Dolmen.
- OROZCO, G. (1991): "La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias". En: *Comunicación y Sociedad*, 107-128. Documento en línea disponible en http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/10-11_1991/107-128.pdf. Consultado en diciembre 2018.
- PASQUALI, A. (1978): *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana C.A. Colección Estudios.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- TORRICO, E. (2004): *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Colombia: Editorial Norma.
- VERON, E. (1987): *La semiosis social. Elementos para una teoría de la discursividad*. Barcelona: Editorial Gedisa. Colección el mamífero parlante.
- WALLERSTEIN, I. (2013): *Crítica del sistema-mundo capitalista*. México: Editorial Era.
- WEBER, M. (1922): "Economía y sociedad: bosquejo para una sociología comprensiva". En Mardones, J.M. (1991) *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*. Barcelona: Editorial Anthropos