

Ciencias sociales y comunicación en diálogo: transformaciones y retos desde la experiencia mexicana

Social Sciences and Communication in Dialogue: Transformations and Challenges from the Mexican Experience

Georgina Sosa Hernández*

RESUMEN

El artículo examina la transformación contemporánea de las ciencias de la comunicación desde una perspectiva histórica, posdisciplinar e interseccional; reconstruye el campo articulando los aportes clásicos de Jürgen Habermas sobre la esfera pública, los estudios funcionalistas y de audiencia de Paul Lazarsfeld, la crítica cultural de la Escuela de Birmingham y la semiótica estructural, para mostrar cómo la comunicación siempre ha sido un espacio de tensiones teóricas más que una disciplina cerrada. Retoma la propuesta de Silvio Waisbord sobre la comunicación como “postdisciplina” y dialoga con las nociones de mediación y cultura híbrida desarrolladas por Jesús Martín-Barbero y Néstor García Canclini. A partir de los informes globales del USC Annenberg y del Reuters Institute, analiza fenómenos como la convergencia mediática, la inteligencia artificial, la desinformación y la polarización digital. Finalmente, vincula estas tendencias con la producción académica reciente de la FCPys de la UNAM, destacando que sus líneas de investigación —desde industrias culturales hasta juventudes digitales— reflejan los desafíos de

ABSTRACT

This article offers a comprehensive examination of the contemporary transformation of communication studies from a historical, post-disciplinary, and interdisciplinary perspective. It traces the evolution of the field by weaving together Jürgen Habermas’s reflections on the public sphere, Paul Lazarsfeld’s audience research, the cultural analyses of the Birmingham School, and structuralist approaches to meaning-making. Drawing on Silvio Waisbord’s notion of communication as a “post-discipline” and the concepts of mediation and cultural hybridization formulated by Jesús Martín-Barbero and Néstor García Canclini, the article positions communication as a field defined by epistemological tensions rather than by disciplinary closure. Engaging with global assessments from USC Annenberg and the Reuters Institute, it highlights the centrality of technological convergence, artificial intelligence, disinformation, and digital polarization. The article concludes by mapping these global dynamics onto the academic production of the FCPys, arguing that its research agendas—ranging from digital cultures to creative industries—reflect the challenges of

* Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México. Correo electrónico: <georginasosa@politicas.unam.mx>.

un ecosistema comunicativo algorítmico, fragmentado y profundamente desigual.

an increasingly algorithmic, fragmented, and unequal communication ecosystem.

Palabras clave: ciencias de la comunicación; convergencia tecnológica; ecosistema mediático; inteligencia artificial; desinformación y polarización.

Keywords: communication studies; technological convergence; media ecosystems; artificial intelligence; disinformation and polarization.

Introducción

La reflexión sobre el estatus epistemológico de las ciencias sociales constituye un punto de partida necesario para examinar la especificidad de la comunicación como campo de conocimiento. Como ocurre con todo campo, la construcción de su propia identidad y de sus marcos de interpretación exige altos niveles de rigor y sistematicidad, así como un aparato metodológico que permita distinguirlo de las interpretaciones cotidianas de la realidad, bajo el entendido de que todo conocimiento es provisional y debe someterse a un contraste crítico permanente.

Siguiendo esta lógica, la investigación en comunicación comparte algunas de las tensiones centrales que atraviesan las ciencias sociales: entre ellas, la necesidad de construir objetos de estudio en constante transformación y de producir explicaciones plausibles que respondan a los desafíos de cada época (Cassirer, 2004). Para Browne y Echeto (2022: 11), la comunicación se presenta incluso como una “indisciplina”, es decir, un territorio en disputa permanente cuya mayor fortaleza reside en la flexibilidad y rapidez con que se adapta a los cambios sociales, culturales y tecnológicos.

En esta dirección, el presente artículo ofrece una aproximación a las reconfiguraciones del área de estudio de las ciencias de la comunicación, enfatizando su diálogo con los desafíos globales de la era digital, con referencia expresa a México y, en particular, a la labor académica desarrollada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPys) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Ciencias de la comunicación: apuntes sobre su desarrollo

Las ciencias de la comunicación pueden considerarse una disciplina consolidada. Para los propósitos de este artículo, resulta pertinente presentar un repaso sintético de sus antecedentes y de su capacidad para generar conocimiento relevante sobre los fenómenos sociales. Ello permite comprender las tendencias contemporáneas asociadas al desarrollo tecnoló-

gico, que históricamente ha configurado transformaciones en el terreno de la comunicación, pues desde sus orígenes el campo se ha estructurado en diálogo con los medios tecnológicos dominantes. En la actualidad esta premisa se mantiene, aunque con implicaciones más profundas y aceleradas.

En sus inicios, la prensa del siglo XIX operó como uno de los principales mediadores y amplificadores de información en la discusión pública, lo que derivó en la formulación de categorías analíticas desde las ciencias sociales orientadas a comprender cómo la circulación informativa generaba opinión pública (Habermas, 1989). Las primeras investigaciones desarrolladas entre las décadas de 1930 y 1950 estuvieron fuertemente influidas por el funcionalismo y la psicología experimental, enfoques interesados en medir los efectos de los mensajes sobre las audiencias. Posteriormente, con la llegada de la radio y más tarde de la televisión, los esfuerzos teóricos se concentraron en explicar los efectos de los medios masivos, abriendo una línea de estudio centrada en la persuasión, la opinión pública y la cultura de masas (McCombs y Shaw, 1996).

En ese momento, la mayor parte de las teorías se abocaron a explicar el impacto directo de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación. “Una de las más extendidas a principios de los años cuarenta fue la llamada ‘Teoría de la aguja hipodérmica’ o ‘Teoría de la bala mágica’, desarrollada por Harold Dwight Lasswell (1940)” (Sosa, 2021). Esta sostenía la hipótesis de que, una vez emitido, el mensaje “inyectaba” contenidos traducidos en ideas y actitudes que se distribuían de manera uniforme entre los receptores, sin matices derivados de diferencias culturales, socioeconómicas u otras (Sosa, 2021). Este paradigma, centrado en la eficacia y el control comunicativo, se consolidó paralelamente al desarrollo tecnológico, especialmente con la expansión de la televisión y el creciente interés empresarial por conocer los hábitos de consumo.

No obstante, sus limitaciones teóricas y metodológicas pronto se hicieron evidentes. Hacia finales de la década de 1970, la teoría crítica desarrollada por la Escuela de Frankfurt introdujo una mirada más reflexiva sobre el papel de los medios, problematizándolos como agentes de poder e ideología y señalando su función como instrumentos de control social. De manera complementaria, la teoría de los efectos limitados, formulada por Paul Lazarsfeld, cuestionó la idea del impacto uniforme de los mensajes y sostuvo que estos se encuentran modulados por las trayectorias de vida y los contextos sociales de las audiencias.

Posteriormente, la Escuela de Birmingham dio lugar a los estudios culturales, enfatizando que los receptores no son simples consumidores de mensajes sino sujetos activos que reinterpretan los significados según su pertenencia social y cultural. Finalmente, los aportes del estructuralismo y la semiótica ampliaron el análisis hacia los procesos de significación, mostrando que la comunicación no se reduce a la transmisión de signos, sino que se constituye como un conjunto de prácticas simbólicas donde se entretienen el lenguaje, el pensamiento y la cultura.

En debates más contemporáneos, Gómez Diago (2020) plantea la idea del *ferment in the field* o “efervescencia en el campo”, con la intención de problematizar las tensiones internas y epistemológicas de la disciplina, y mostrar que, pese a los esfuerzos de institucionalización, la investigación continúa anclada en enfoques limitados. Asimismo, Waisbord (2019), en *Communication: A Post-Discipline*, sostiene que la comunicación debe reconocerse como un campo posdisciplinar: un espacio plural definido menos por un objeto exclusivo que por la intersección de tradiciones teóricas y metodológicas.

La irrupción de las tecnologías digitales y, más recientemente, de la inteligencia artificial (IA), ha transformado radicalmente las coordenadas epistemológicas del campo, redefiniendo las formas de comprenderlo. Nos encontramos ante un escenario en el que la producción y circulación de sentido se desarrolla en entornos algorítmicos, caracterizados por la convergencia mediática, la personalización de contenidos y la automatización de procesos comunicativos (Jenkins, 2008; Waisbord, 2021). En otras palabras, ya no consumimos información o entretenimiento desde un único medio, como ocurría con la radio o la televisión, sino que un mismo contenido puede fluir y adaptarse a múltiples dispositivos y entornos: televisión, redes sociodigitales, plataformas de *streaming*, podcasts, videojuegos, entre otros. Predomina una cultura visual e inmediata, y esta transformación en los patrones de consumo plantea desafíos sustantivos para los estudios contemporáneos de la comunicación.

Las ciencias de la comunicación y la perspectiva latinoamericana

Fue durante las décadas de los ochenta y noventa del siglo pasado cuando la comunicación adquirió una identidad propia, marcada por la crítica a los modelos predominantes del Norte Global. Esta transformación coincidió con momentos políticos clave en América Latina —dictaduras, censuras, guerras civiles y movimientos sociales— en los que los medios se convirtieron en objetos de poder y de disputa ideológica. Desde entonces, los estudios latinoamericanos buscaron formas de comprender la comunicación en sus contextos específicos, poniendo el énfasis en las audiencias y en los procesos culturales.

Estos debates dialogan con los planteados por Gómez Diago (2020) y Waisbord (2019) (en Martín-Barbero, 2002), quienes insisten en entender la comunicación como un espacio en el que convergen cultura, poder y mediaciones. García Canclini (1990), por su parte, propuso concebir la comunicación como un proceso social y cultural sustentado en enfoques inter y transdisciplinarios, mientras que Fuentes Navarro (1992, 1997) problematizó su construcción en México como un campo académico atravesado por tensiones epistemológicas más que como una disciplina cerrada. Estas perspectivas mantienen afinidad con la propuesta de Waisbord, anteriormente mencionada, respecto a la comunicación como postdisciplina.

Un fenómeno particularmente relevante para América Latina, que ha estructurado buena parte de las temáticas del campo en la región, se relaciona con los estudios sobre la concentración de los medios de comunicación en pocas manos y, con ello, la convergencia tecnológica, cuyo impacto no ha sido homogéneo respecto de otras regiones del mundo. La expansión de los conglomerados mediáticos y tecnológicos ha reproducido estructuras históricas que generan desigualdades en el acceso y la distribución de la información, de modo que la integración digital no implica necesariamente democratización del acceso ni pluralidad de contenidos.

Estudios recientes sobre convergencia (Bizberge, 2017) ponen de manifiesto que los procesos de convergencia tecnológica en países como Argentina, Brasil, Chile, México, Panamá y Uruguay han estado mediados por políticas de comunicación que privilegian la lógica del mercado por encima del bienestar social. La autora destaca que la digitalización no ha ido acompañada de una modernización equitativa de las infraestructuras, sino que ha reforzado la dependencia tecnológica respecto de corporaciones globales, generando lo que denomina “asimetrías estructurales” entre países y sectores sociales. Estas diferencias se evidencian en la brecha entre quienes producen tecnología y contenidos, y quienes apenas acceden a ellos, reproduciendo una ciudadanía digital profundamente desigual.

En este escenario, los procesos de convergencia tecnológica no solo reflejan desigualdades estructurales, sino que también muestran un interés analítico consolidado en el campo de la comunicación producido desde América Latina (Mastrini y Becerra, 2017; Espinel, 2022; Trejo, 2010). Este contexto de transformaciones tecnológicas, concentración mediática y nuevas formas de intermediación digital ha conducido a replantear los objetos y métodos de investigación de la disciplina, desplazando el énfasis de los medios tradicionales hacia fenómenos vinculados con la cultura digital, los algoritmos, la inteligencia artificial y la gobernanza de plataformas, asuntos que hoy ocupan un lugar central en el debate público global, como se abordará en la siguiente sección.

¿Cuáles son los desafíos? Una mirada internacional

En el plano internacional, los informes recientes sobre el estado de la comunicación y sus principales tendencias —como el *usc Global Communication Report 2025* y el *Digital News Report 2024*— evidencian una profunda reconfiguración del campo de estudio. Ambos documentos se centran en las transformaciones tecnológicas, los procesos de automatización y la desinformación, aspectos que han alterado de manera sustantiva las formas de crear, distribuir y hacer circular mensajes y significados. Asimismo, destacan el papel central que han adquirido las plataformas tecnológicas, que hoy median entre emisores, audiencias y contenidos, configurando un entorno comunicativo más fragmentado, híbrido y algorítmico.

El *usc Global Communication Report 2025*, elaborado por el usc Annenberg Center for Public Relations, identifica cuatro ejes que delinearán el futuro de la profesión: la inteligencia artificial, el trabajo híbrido, la mutación del ecosistema mediático y la polarización política.

En el primer eje, el estudio señala que 60 % de las y los profesionales de la comunicación considera que la inteligencia artificial impactará positivamente en la disciplina, debido principalmente a su potencial para optimizar procesos creativos y analíticos. No obstante, también advierte un aumento en los riesgos asociados con la desinformación automatizada (*fake news*, *bots*, sesgos algorítmicos) y con la pérdida de credibilidad de las fuentes, lo que exige reforzar la dimensión ética y crítica de quienes consumen y producen información.

El segundo eje aborda el ascenso de modelos laborales flexibles —en particular entre generaciones jóvenes— que combinan modalidades remotas y presenciales, todo ello mediado por tecnologías digitales y por el desplazamiento definitivo de los medios tradicionales frente a las plataformas. Esta transición configura un escenario en el que la comunicación ya no se articula únicamente desde instituciones centralizadas, sino a partir de redes distribuidas de producción simbólica, donde los flujos de información, los algoritmos y las comunidades digitales participan simultáneamente en la construcción de los públicos (usc Annenberg, 2025). El informe señala que las empresas enfrentan una paradoja: mientras la virtualidad amplía la colaboración global, también debilita los vínculos simbólicos y la comunicación organizacional, lo que demanda nuevas estrategias narrativas y relacionales para sostener la identidad colectiva en entornos mediados por la tecnología.

El tercer eje explora el *changing media landscape* o transformación del paisaje mediático. En él se analiza la pérdida de centralidad de los medios tradicionales —prensa, televisión y radio— y el ascenso de plataformas digitales, *influencers*, *pódcasts* y redes sociodigitales como fuentes dominantes de información. Más de 50 % de los profesionales encuestados sostiene que las redes sociodigitales serán el principal canal comunicativo hacia 2030, aunque este desplazamiento conlleve mayores riesgos de fragmentación informativa y desinformación algorítmica (usc Annenberg, 2025: 21).

El cuarto eje identifica la polarización social y política como el factor más crítico y preocupante para el futuro de la comunicación. Solo 52 % de las y los encuestados considera que las empresas deben posicionarse públicamente frente a asuntos sociales o políticos, cifra que implica una disminución significativa respecto a 2023, cuando alcanzaba 89 % (usc Annenberg, 2025: 31). Esto refleja una retirada discursiva por parte de las organizaciones, que ahora parecen priorizar la “neutralidad” frente al riesgo reputacional.

El *usc Global Communication Report 2025* concluye que la comunicación atraviesa una redefinición paradigmática. Las cuatro dimensiones identificadas no son fenómenos aislados, sino procesos interdependientes que configuran nuevos desafíos para las ciencias de la comunicación: la tecnología redefine los procesos creativos; la flexibilidad laboral exige nuevos marcos de cohesión organizacional; la fragmentación mediática transforma la esfera

pública; y la polarización pone en tensión la legitimidad de la comunicación como práctica democrática. Además, el informe advierte la ampliación de brechas generacionales entre quienes conciben la comunicación como una profesión y quienes la entienden como un flujo digital de contenidos. No se trata de cerrar esas brechas, sino de reconocerlas como parte constitutiva de la transformación del campo.

Por su parte, el *Digital News Report 2024*, coordinado por el Reuters Institute for the Study of Journalism de la Universidad de Oxford, ofrece un panorama global y comparativo del consumo informativo y sus transformaciones. Basado en una encuesta aplicada a más de 95 mil usuarias y usuarios en 47 países, el reporte identifica un conjunto de tendencias emergentes que redefinen el campo de acción de las ciencias de la comunicación. La primera de ellas es la crisis de confianza en los medios informativos, estrechamente vinculada con el avance de la desinformación.

El informe señala que únicamente 40 % de las personas encuestadas a nivel global afirma tener confianza tanto en la información como en los noticieros y medios que la difunden, lo que representa una disminución sostenida respecto de ediciones anteriores. Esta tendencia coincide con lo reportado en el USC Global Communication Report 2025, que asocia la pérdida de credibilidad con el incremento de contenidos manipulados —como *deepfakes*—, la politización de la información y los sesgos ideológicos y algorítmicos. Este fenómeno subraya la necesidad de fortalecer mecanismos de verificación de datos y alfabetización digital, los cuales constituyen pilares fundamentales para la defensa del espacio público digital (Reuters Institute, 2024).

Como segundo eje analítico, el informe destaca las nuevas ecologías mediáticas y el predominio de plataformas digitales. Documenta la consolidación de redes sociodigitales como la principal vía de acceso a información. Las audiencias ya no se informan directamente a través de los portales de los medios, sino mediante plataformas como TikTok, YouTube, Instagram o WhatsApp. Este desplazamiento anuncia una reconfiguración de los flujos de visibilidad y circulación de sentido, en la que la información se distribuye de manera personalizada y dependiente de los algoritmos de recomendación. Desde una perspectiva teórica, este fenómeno puede entenderse en continuidad con la convergencia mediática planteada por Jenkins (2008) y, más recientemente, con la idea de porosidad propuesta por Hepp (2022), que describe la progresiva desdibujación de las fronteras entre producción, consumo y participación.

El tercer tema abordado por el estudio es la fatiga informativa y la desconexión, es decir, cómo el exceso de información produce cansancio emocional y cognitivo. Según el informe, 39 % de las y los usuarios declara evitar las noticias, en especial aquellas percibidas como “negativas”, tales como conflictos armados o crisis económicas. Esto revela una desconexión selectiva frente a ciertos contenidos informativos que generan ansiedad o afectación emocional.

Finalmente, el *Digital News Report 2024* identifica la expansión de nuevas formas de participación digital, más horizontales pero también más fragmentadas. Las interacciones de las y los usuarios no necesariamente implican diálogo con los medios dentro de las plataformas, sino que se expresan mediante reacciones, comentarios o reenvío de microcontenidos. Paralelamente, el informe destaca el auge de formatos personalizados como los podcasts, boletines informativos (*newsletters*) y microvideos (*reels*). Estos formatos refuerzan una relación más individualizada con la información, a la vez que amplían las posibilidades de experimentación narrativa dentro del ecosistema mediático actual (Reuters Institute, 2024).

El informe subraya también la redefinición de las audiencias, particularmente de las juventudes digitales, así como la transformación general del consumo mediático. Concluye que las personas menores de 35 años se informan principalmente mediante redes sociodigitales, privilegiando contenidos audiovisuales donde la información se mezcla con entretenimiento. Esto conlleva el desplazamiento del modelo tradicional de “audiencias” hacia una lógica de usuarios activos, productores y consumidores simultáneos. De acuerdo con el *Digital News Report*, esta tendencia plantea desafíos tanto para los medios como para la academia, que deben comprender los procesos de socialización política y cultural de las juventudes digitales, marcados por la economía de la atención y la lógica algorítmica.

En conjunto, estos reportes permiten observar que la comunicación contemporánea, como señala Waisbord (2019), se encuentra inscrita en un paradigma posdisciplinar en el que confluyen diversas perspectivas y herramientas analíticas —estudios culturales, ciencia de datos, inteligencia artificial— que introducen una complejidad sin precedentes. El carácter híbrido de las nuevas temáticas identificadas en los informes refleja un campo en transición, menos delimitado por objetos y métodos exclusivos y más articulado con problemas públicos como la desinformación y la polarización, ambos demandantes de enfoques inter y transdisciplinarios.

Los informes reseñados, tomados como guía para evaluar el estado de la comunicación, confirman que el campo atraviesa un cambio de época caracterizado por la convergencia tecnológica, la crisis de los modelos mediáticos tradicionales y la necesidad de conformar un nuevo horizonte disciplinar en el que se entrelacen la ética, el poder y la tecnología. Se trata de un desafío que requiere rigor, amplitud de enfoques y una aproximación sistemática.

Una vez identificadas las principales tendencias y constatada la reconfiguración de los saberes en el estudio de las ciencias de la comunicación, corresponde examinar panorámicamente la producción académica mexicana, en particular la desarrollada en la FCPys, con el fin de valorar si existe un diálogo con las tendencias internacionales al estudiar los efectos sociales de la comunicación.

Las ciencias de la comunicación en la Universidad

La comunicación, como campo científico en México, ha sido fundamental para comprender las transformaciones sociopolíticas del país. Ha permitido analizar no solo a los medios de comunicación usualmente denominados “tradicionales” —prensa, televisión y radio—, sino también a las tecnologías en general, la opinión pública, las campañas electorales, los estudios culturales, los monopolios mediáticos, las prácticas discursivas y la comunicación organizacional.

El Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC), adscrito a la FCPys de la UNAM, constituye una instancia académica central que coordina las actividades docentes, de investigación y de extensión vinculadas con la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Desde su creación, el CECC se ha consolidado como un núcleo de producción de conocimiento sobre la comunicación en sus dimensiones política, cultural, tecnológica y mediática, destacando por su capacidad para articular enfoques teóricos y empíricos orientados al estudio de la sociedad de la información y las transformaciones digitales contemporáneas.

En la actualidad, las líneas de investigación del Centro —desarrolladas por sus profesoras y profesores de tiempo completo— abarcan una amplia diversidad temática que da cuenta de la riqueza interdisciplinaria del campo. Entre ellas se incluyen: comunicación política, opinión pública y democracia digital; industrias culturales y comunicación estratégica; publicidad y persuasión social; comunicación organizacional e innovación institucional; producción audiovisual, cultura visual y narrativas mediáticas; periodismo y medios de comunicación; estudios de audiencias y consumo cultural; alfabetización mediática y comunicación educativa, así como comunicación, tecnología y sociedad de la información.

Estas líneas no solo reflejan los intereses académicos del profesorado, sino que permiten observar el grado en que el CECC dialoga con las tendencias globales contemporáneas. En particular, muestran correspondencia con los ejes analíticos identificados en los informes internacionales más recientes —el *usc Global Communication Report* (2025) y el *Digital News Report* (2024)—, que destacan la relevancia de la inteligencia artificial y la transformación tecnológica, el ecosistema mediático y las plataformas digitales, la polarización política y la desinformación, las juventudes digitales y la cultura educativa, así como la fatiga informativa y el trabajo híbrido. En ese sentido, la investigación desarrollada en el CECC no solo contribuye al avance del conocimiento sobre la comunicación en México, sino que inserta a la Facultad en el diálogo global sobre los retos y transformaciones del siglo XXI.

Decidí centrar el análisis en la década más reciente de publicaciones (2015-2025) de la FCPys, dado que esta Facultad ha sido históricamente el espacio que ha articulado la formación y consolidación de la comunicación como campo de estudio en México. Los libros publicados entre 2015 y 2025 conforman un corpus que refleja las transformaciones del campo y su articulación con los grandes ejes temáticos que marcan las agendas internacio-

nales antes mencionadas. En esta sección se ofrece un panorama general que busca situar dicha producción dentro del marco trazado en la primera parte de este artículo.

Para ello se obtuvieron 88 registros de publicaciones en formato digital, disponibles en el portal de la FCPys administrado por el Centro de Investigación e Información Digital (CIDD).¹ Para fines de este estudio, me concentré exclusivamente en las académicas y académicos adscritos al CECC durante los últimos diez años, es decir, de 2015 a 2025.

Cabe destacar que únicamente se consideraron las obras editadas por la entidad académica y que todas cuentan con revisión a doble ciego o fueron dictaminadas y aprobadas por el comité editorial correspondiente. En el análisis solo se mencionan aquellas obras que dialogan directamente con las temáticas señaladas por los índices globales, sin que ello signifique que las publicaciones no referidas carezcan de relevancia o valor académico. La selección responde estrictamente al objetivo analítico planteado por este artículo.

El grupo de académicas y académicos del CECC durante el periodo analizado está conformado por 26 especialistas, en su mayoría con grado de doctorado. La distribución por sexo es igualitaria: 50 % mujeres y 50 % hombres. Asimismo, la mayoría del personal es de tiempo completo —profesorado o técnicos académicos— y una parte considerable de las publicaciones de la última década deriva de esfuerzos colaborativos entre integrantes del Centro, así como de proyectos de investigación financiados por la UNAM.²

En la última década, las investigaciones producidas por el Centro han sostenido su compromiso con el desarrollo de la disciplina y de las ciencias sociales en México. Entre 2015 y 2025 se observa una producción académica constante, con variaciones moderadas a lo largo del periodo. El año con mayor número de publicaciones fue 2023, con un total de 14 trabajos, seguido por 2022 y 2018, ambos con 12 publicaciones. En los años más recientes la productividad se ha mantenido estable, con nueve obras en 2024 y ocho en 2025.

Vale la pena destacar que la construcción de los cinco ejes temáticos que orientan esta revisión de las obras publicadas deriva de la articulación entre las preocupaciones identificadas en ambos informes internacionales. Se buscó que dichos ejes no solo cumplieran una función interpretativa, sino que operaran como el enfoque metodológico para analizar la producción académica reciente del CECC. Cada uno funciona como un andamiaje que ordena la intersección entre las tendencias globales señaladas por los informes y los temas recurrentes en los estudios institucionales sobre comunicación, tecnología y cultura digital.

¹ La finalidad del CIDD, según sus propios objetivos, es resguardar y alimentar el “índice con alrededor de 5 mil 600 registros documentales digitales (e-libros, e-revistas, artículos, etc.) relevantes en las ciencias políticas y sociales, en diferentes formatos como PDF, e-PUB, entre otros, destacando las publicaciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM” (CIDD, s.f.).

² A través del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) o el Programa de Apoyo a Proyectos para Innovar y Mejorar la Educación (PAPIME).

El procedimiento consistió en vincular los desafíos identificados en los informes internacionales con el corpus documental de libros publicados por la FCPys al que se tuvo acceso, con el fin de identificar correspondencias entre la agenda internacional y la producción académica revisada. A partir de este contraste, los ejes propuestos se utilizaron como dimensiones de lectura transversal que permitieron clasificar las obras según su afinidad temática con problemáticas contemporáneas:

Eje 1. Inteligencia artificial y transformación tecnológica.

Eje 2. Ecosistema mediático y plataformas digitales.

Eje 3. Polarización política, confianza y desinformación.

Eje 4. Juventudes digitales, cultura mediática y educación.

Eje 5. Fatiga informativa o infoxicación y trabajo híbrido.

Todo ello se sustenta en un análisis de contenido cualitativo, guiado por criterios de recurrencia conceptual, convergencia temática y pertinencia contextual. De esta manera, los ejes se convirtieron en instrumentos de observación comparada que permiten revelar cómo la investigación universitaria en comunicación refleja y adapta las tendencias globales desde una perspectiva latinoamericana.

Respecto al Eje 1, “Inteligencia artificial y transformación tecnológica”, este deriva principalmente del *usc Global Communication Report 2025*, que identifica a la IA como la tendencia más relevante y anticipa un impacto positivo en el campo de la comunicación, tanto en los procesos de automatización como en la generación de contenidos y en el análisis masivo de datos (*big data*). Por su parte, el *Digital News Report 2024* refuerza esta perspectiva al analizar la incorporación de la IA en las redacciones periodísticas y la desconfianza del público frente a su uso en los noticieros.

En conjunto, ambos informes sitúan a la IA como núcleo de la reconfiguración tecnológica. En la obra analizada dentro de este eje se observa que se ha consolidado como uno de los campos con mayor crecimiento e importancia en la producción académica de la Facultad. Los textos que integran este rubro revelan una preocupación constante por comprender los impactos sociales, culturales y comunicativos derivados de los procesos de digitalización, automatización y reconfiguración tecnológica.

El libro *Post-Internet en México: ¿Estamos listos?* (Alva de la Selva, 2025) y *Audiovisuales y pensamiento tecnológico* (Conejo, 2024) anticipan el debate sobre el papel de la inteligencia artificial en los procesos comunicativos, en consonancia con lo planteado por el *usc Global Communication Report*. El volumen de Alva de la Selva constituye un punto de inflexión en esta línea al examinar el tránsito hacia la era “post-Internet”. Desde un enfoque interdisciplinario, analiza los efectos del Internet de las cosas, el *big data* y la IA generativa en la estructura mediática, subrayando los desafíos regulatorios, éticos y sociales que enfrenta México frente a la adopción tecnológica. Esta obra dialoga con la propuesta de Waisbord (2019), quien sugiere que la comunicación atraviesa un mo-

mento posdisciplinar en el que los cambios tecnológicos están redefiniendo los métodos de investigación de la disciplina.

Por su parte, *Análisis de los lenguajes audiovisuales en la era digital* (Garfias, 2018) aborda la reconfiguración de los lenguajes comunicativos en el contexto de la digitalización. A través del estudio de nuevos modos de narrar, interactuar y consumir contenidos, la obra identifica cómo la convergencia tecnológica redefine los parámetros estéticos y los discursos audiovisuales en entornos digitales. De manera complementaria, *Industrias creativas y procesos de transmediación: Streaming, videojuegos y cultura visual* (Garfias y Cuenca Orozco, 2020) profundiza en la intersección entre tecnología, creatividad y economía cultural. Este texto analiza los entornos de producción digital —desde el *streaming* hasta los videojuegos— como espacios donde convergen la comunicación, las innovaciones tecnológicas y las dinámicas globales de contenido. Introduce, además, el concepto de transmediación, es decir, la manera en que las plataformas digitales transforman las relaciones entre emisores, audiencias y narrativas.

El texto *La cultura académica digital en la UNAM* (Dorantes, 2018), así como *La política en la era digital: democracia, ciudadanía y movimientos sociales* (Dorantes y Sánchez, 2019), conforman un conjunto de estudios que abordan las transformaciones sociotecnológicas desde el terreno de la comunicación y la cultura digital. Estas obras examinan la relación entre inteligencia artificial, realidad aumentada y metaverso en la construcción de identidades digitales.

En conjunto, estos trabajos conforman un corpus coherente que muestra la capacidad del CECC para analizar los debates globales sobre tecnología y comunicación desde una perspectiva académica latinoamericana. En este eje, la FCPYS contribuye al debate conceptual donde la inteligencia artificial, la cultura algorítmica y las industrias culturales se comprenden como dimensiones inseparables de los estudios en comunicación.

Con respecto al Eje 2, “Ecosistema mediático y plataformas digitales”, ambos informes coinciden en documentar los cambios y nuevas tendencias del ecosistema mediático. El *usc Global Communication Report* analiza la transformación estructural de los medios y el surgimiento de nuevos formatos, plataformas y redes sociodigitales como espacios de intercambio simbólico. Por su parte, el *Digital News Report* describe el “gran reajuste de plataformas”, en el que Facebook y X pierden interés y relevancia, mientras TikTok, Instagram y YouTube concentran cada vez más la atención informativa. De esta síntesis se desprende un eje que examina la transición de los medios tradicionales hacia un paisaje mediático distribuido y algorítmico.

Este eje constituye uno de los campos más diversificados de la producción académica de la FCPYS. Durante la última década, la transición de los medios tradicionales hacia entornos digitales encuentra una clara correspondencia con la obra del CECC, que ha analizado la reconfiguración de la comunicación pública en la era digital y las dinámicas de interacción en red desde perspectivas empíricas y teóricas. Es importante señalar que las obras mencionadas a continuación muestran cómo la digitalización redefine los flujos de información, la visibilidad pública y la interacción social. Conforme al Reuters Institute (2024),

más de 50 % de las personas usuarias obtiene información mediante redes sociodigitales como TikTok, YouTube o Instagram, fenómenos que se corresponden con la convergencia mediática y con la noción de mediatización profunda.

Uno de los aportes más representativos es *Comunicación y vida cotidiana en la era digital* (Gracia Vázquez et al., 2023), que examina los modos en que la digitalización altera la experiencia social, el consumo mediático y la esfera privada. El texto documenta cómo los medios digitales se integran en las rutinas diarias y modifican la relación entre información y subjetividad, aportando evidencia sobre los procesos de mediatización profunda descritos por Hepp (2022). Complementariamente, *Cultura digital y educación en línea en la pandemia COVID-19* (Perera, Perera y Percastre, 2024) ofrece un análisis sobre la educación remota y el uso intensivo de plataformas tecnológicas, poniendo especial atención en la mediación digital para la producción de saberes y la conformación de vínculos pedagógicos mediados por tecnologías.

En lo relativo al Eje 3, “Polarización política, confianza y desinformación”, ambos documentos coinciden en señalar que la crisis de confianza y la polarización política constituyen amenazas centrales. El *usc Report* identifica la polarización como el factor más negativo para el futuro de la comunicación, especialmente en su dimensión política, mientras que el *Digital News Report* profundiza en la preocupación por la desinformación y los discursos partidistas en redes, además de la pérdida de confianza en los medios. Este eje articula la preocupación global por la erosión de la esfera pública y la deslegitimación de las fuentes informativas.

En este contexto, obras como *La construcción simbólica y discursiva de la 4T* (García y Rivera, 2024) y *Afectividad política en México: el desafiante e intrincado papel de las emociones* (Peña, 2024) examinan cómo las emociones, los discursos y la mediatización del poder inciden en la erosión del espacio público. Ambas plantean que la comunicación se ha convertido en un terreno de disputa afectiva. Asimismo, textos como *Comunicación política: abordajes teórico-metodológicos* (Sánchez, 2024), *Comunicación política. Nuevas miradas a los conceptos centrales* (Sosa y Gilas, 2024) y *Comunicación política y la comunicación política* (Figueiras, 2022) aportan perspectivas teóricas, empíricas y metodológicas que dialogan con estas problemáticas y ofrecen rutas analíticas para abordarlas desde la academia.

El Eje 4, “Juventudes digitales, cultura mediática y educación”, surge principalmente del *Digital News Report*, que documenta el ascenso de audiencias jóvenes en redes audiovisuales como TikTok, Instagram y YouTube, así como su papel en la transformación de los modos de aprendizaje y de relación con la información. El *usc Report* complementa esta perspectiva mediante su análisis generacional (Gen Z y Millennials), destacando diferencias en la apropiación tecnológica. Este eje describe la configuración de una cultura hipermedial juvenil que articula procesos de aprendizaje, identidad y ciudadanía digital.

Desde inicios de la década analizada, se observa cómo la producción académica de la FCPys ha mantenido un interés consistente en esta línea, desde la apropiación tecnológica hasta el

análisis de dinámicas comunicativas en plataformas digitales. Ello se evidencia en textos como Audiovisuales y pensamiento tecnológico: formas, sentidos y políticas intermediales (Conejo, 2024) y en las exploraciones sobre comunidades hipermediadas surgidas en el entorno de videojuegos y *streaming* (Cuenca, 2023; Garfias y López Novelo, 2025).

Asimismo, se registra un esfuerzo por desarrollar líneas de investigación orientadas a los procesos educativos universitarios y a las tecnologías de la información y la comunicación. Obras como *Experiencias de aprendizaje acelerado. Su aplicación en el nivel universitario* (Molina et al., 2025) colocan en el centro la renovación pedagógica sustentada en estrategias interactivas y entornos tecnológicos. De manera paralela, textos como *Audiovisuales y pensamiento tecnológico* (Conejo, 2024) y *Comunicación y vida cotidiana en la era digital* (Gracia et al., 2023) examinan las nuevas tecnologías del aprendizaje y las expresiones de plataformas donde la cultura visual y la inmediatez reconfiguran los modos de interacción de los usuarios más jóvenes.

Por último, el Eje 5, “Fatiga informativa, infoxicación y trabajo híbrido”, sintetiza las consecuencias sociales, psicológicas y laborales del actual entorno digital. El *Digital News Report* introduce el fenómeno de la fatiga informativa y la desconexión selectiva: 39 % de las personas usuarias evita las noticias, especialmente aquellas asociadas con eventos negativos, lo que sugiere un desplazamiento de la atención hacia contenidos más ligeros, rápidos y audiovisuales. El *usc Report*, por su parte, identifica el trabajo híbrido y remoto como una tendencia estructural del campo comunicativo.

En sintonía con lo anterior, la producción académica de la Facultad ha abordado desde distintas perspectivas la relación entre publicidad, tecnología y subjetividad contemporánea. En *Publicidad y tecnologías en tiempos de obesidad* (García, 2023), se examinan las formas de saturación simbólica y estímulo constante que caracterizan a las plataformas y redes socio-digitales, donde la comunicación persuasiva no solo orienta el consumo, sino que también moldea estilos de vida y afectividades. Por su parte, *Experiencias de aprendizaje acelerado. Su aplicación en el nivel universitario* (Molina et al., 2025) plantea la necesidad de repensar los procesos formativos en contextos de hiperconexión. Aunque no se encontraron estudios específicos sobre fatiga crónica, infoxicación o trabajo híbrido, sí se identifican algunas coincidencias temáticas con estos fenómenos.

A manera de conclusión

Este artículo sostiene que el análisis de la comunicación es indispensable para comprender fenómenos contemporáneos y para identificar sus retos frente a las transformaciones tecnológicas y sociales actuales. En esa línea, recupera los aportes visibles en la obra publicada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la Universidad Nacional Autónoma

de México (UNAM), que abordan desde distintos ángulos los desafíos que la digitalización, la datificación y la inteligencia artificial (IA) plantean a la disciplina al modificar sus objetos de estudio y sus marcos interpretativos.

A modo de balance, puede afirmarse que el campo de la comunicación en México transita de un paradigma centrado en medios tradicionales hacia un enfoque que busca superar las limitaciones naturales de la disciplina. La aspiración es construir un conocimiento más amplio y complejo, inscrito en una lógica posdisciplinar donde convergen la mediación, las industrias culturales, la ciencia de datos, las narrativas transmedia, entre otras perspectivas. Esta reconfiguración, entendida como un cambio de paradigma, no supone la desaparición de los problemas clásicos del campo —opinión pública, persuasión, industrias culturales, mediatización—, sino su relectura bajo las nuevas condiciones impuestas por el desarrollo tecnológico y las dinámicas contemporáneas de circulación y consumo de contenidos. En ese sentido, la agenda local no solo replica tendencias globales, sino que las recontextualiza al incorporar variables explicativas como las desigualdades estructurales, la concentración mediática y las brechas de acceso, elementos indispensables para comprender los procesos comunicativos (Trejo, 2010; Mastrini y Becerra, 2017).

El análisis del corpus 2015-2025 seleccionado en este estudio muestra una congruencia y una relación lógica entre los cinco ejes ordenadores del texto y las líneas de investigación del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC) de la FCPys. Las obras revisadas evidencian la capacidad analítica del Centro para problematizar los cambios tecnológicos —convergencia, automatización, transmediación— y revelan un trabajo colectivo en constante observación de los fenómenos comunicativos. Así, las académicas y los académicos de la Facultad han acompañado las transformaciones estructurales de la disciplina y, a su vez, han otorgado atención continua a sus implicaciones sociales: la regulación, la ética, la ciudadanía digital, la afectividad política y la reformulación de lo público.

Una de las fortalezas de este conjunto de obras radica en su naturaleza multi e interdisciplinaria, desde la cual se analizan los procesos comunicativos. Por ello, los cinco ejes propuestos en este estudio —IA, ecosistema mediático, desinformación, juventudes digitales y fatiga informativa— no son temas coyunturales, sino expresiones de preocupaciones sostenidas que se reflejan en las líneas de investigación del CECC, capaces de renovar sus objetos de estudio y replantear sus métodos sin perder rigor científico.

A partir de lo anterior, resulta fundamental subrayar la necesidad de orientar los esfuerzos hacia metodologías y herramientas de investigación emergentes —etnografías digitales, análisis computacional, cartografías de datos, estudios de recepción, big data— que permitan analizar fenómenos desplegados en estructuras opacas administradas por plataformas digitales. Esta revisión evidencia, además, los retos que deben enfrentarse en materia de gobernanza de datos: acceso a información verificable, transparencia algorítmica y estándares de integridad informativa. El diálogo entre IA y comunicación abre oportunidades analíti-

cas —modelado de audiencias, detección de desinformación— y discusiones disciplinarias, pero al mismo tiempo exige protocolos éticos, criterios de validación y alfabetización digital que permitan evitar sesgos, automatización de inequidades y erosión de la confianza (Reuters Institute, 2024; USC Annenberg, 2025).

Justo en consideración a estos retos, es posible sugerir una hoja de ruta para orientar una agenda de investigación desde la disciplina de la comunicación:

- 1) Consolidar un observatorio de IA y comunicación que integre el monitoreo de desinformación, el seguimiento algorítmico y la evaluación de impactos socioculturales.
- 2) Desarrollar métricas basadas en big data para estudiar fenómenos emergentes, como el exceso de información, la fatiga asociada y la desconexión selectiva.
- 3) Ampliar los estudios sobre juventudes audiovisuales en plataformas digitales como TikTok, Instagram y YouTube, con énfasis en la cultura de la imagen, la construcción de identidades, la ciudadanía digital y los patrones de consumo.
- 4) Profundizar en el estudio de la adicción a las tecnologías digitales y en sus efectos negativos en la salud mental, tales como ansiedad, depresión y angustia.
- 5) Ahondar en el fenómeno de la polarización, alentado por algoritmos que contribuyen —e incluso fabrican— contenidos manipulados (*deepfakes*), noticias falsas y cámaras de eco. Examinar cómo este proceso, potenciado por modelos de negocio basados en la “economía de la atención”, orienta sus estrategias a capturar y monetizar el tiempo y los datos de las usuarias y los usuarios, promoviendo patrones de consumo destinados a maximizar la interacción, incluso cuando ello implica la fragmentación y polarización del discurso público.
- 6) Reforzar la alfabetización digital, formando usuarios con competencias críticas en ética de datos, verificación de información y diseño narrativo multiplataforma.

Si bien es posible observar que los cinco ejes propuestos —como desafíos temáticos— han sido atendidos por el CECC y su planta académica desde la perspectiva de los libros publicados, considero que el impacto de la IA en los espacios de la comunicación requiere un énfasis mayor, que vaya más allá de su vinculación con la digitalización de los medios.³ Los desarrollos que esta nueva tecnología introduce son amplios y quizás aún insuficientemente comprendidos, al menos en nuestro medio universitario. Se necesita un esfuerzo más sólido de coordinación interdisciplinaria que evalúe y valore las posibilidades de transformación futura, que prepare el terreno para aplicaciones aún en desarrollo y que delimite con claridad los alcances éticos de sus usos.

Aquí se perfila una agenda de investigación extensa —apenas esbozada en este trabajo— que conviene considerar con rigor y seriedad.

³ Para matizar o confirmar esta afirmación, valdría la pena realizar un ejercicio de revisión de los artículos publicados por el personal académico de la Facultad, tanto dentro como fuera de la propia entidad.

Sobre la autora

GEORGINA SOSA HERNÁNDEZ es doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Es Profesora de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, adscrita al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación (CECC). Actualmente se desempeña como Jefa de la División de Estudios de Posgrado de la misma Facultad. Sus líneas de investigación son comunicación política, empresarios de los medios de comunicación, democracia. Entre sus publicaciones más recientes se encuentran: *Empresarios y política en México: Estrategias de poder e interlocución en el contexto electoral del 2024* (2025) Ius Comitiãlis/ Universidad Autónoma del Estado de México; (con Karolina Gilas) *Comunicación política. Nuevas miradas a los conceptos centrales* (2024) FCPYS, UNAM; “La comunicación institucional del Ejecutivo Federal mexicano frente a la emergencia sanitaria por COVID-19: análisis de contraste de tres estrategias” (2023) en Miguel López Leyva, *La década COVID en México: los desafíos de la pandemia desde las ciencias sociales y las humanidades*. UNAM.

Referencias bibliográficas

- Alva de la Selva, Alma (2025) *Post-Internet en México: ¿Estamos listos?* FCPYS, UNAM.
- Bizberge, Ana (2017) “Los desafíos de la convergencia digital para las políticas de comunicación” en Labate, Cecilia y César Arrueta (comps.) *La comunicación digital*. Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy.
- Browne Sartori, Rubén y Víctor Silva Echeto (eds.) (2020) *Catástrofe y comunicación: la pugna de las imágenes. Homenaje a Víctor Silva Echeto*. Institut de la Comunicació, UAB.
- Cassirer, Ernst (2004) *Antropología filosófica: Introducción a una filosofía de la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- CIID (s.f.) Disponible en: <<https://ciid.politicas.unam.mx/www/>>
- Conejo, Jessica (coord.) (2024) *Audiovisuales y pensamiento tecnológico: Formas, sentidos y políticas intermediales*. FCPYS, UNAM.
- Cuenca, David (coord.) (2023) *Cultura gamer contemporánea. Interacciones digitales hipermedia*. FCPYS, UNAM.
- Dorantes y Aguilar, Gerardo Luis (2018) *La cultura académica digital en la Universidad Nacional Autónoma de México. Estudio sobre una muestra de académicos de tiempo completo*. FCPYS, UNAM.
- Dorantes y Aguilar, Gerardo Luis y Pablo Ulises Sánchez Nieto (2019) *La política en la era digital Democracia, ciudadanía y movimientos sociales*. FCPYS, UNAM.

- Dorantes y Aguilar, Gerardo Luis; Perera, José y Salvador Percastre (coords.) (2024) *Cultura digital y educación en línea en la pandemia del COVID-19*. FCPYS, UNAM.
- Espinel Jaramillo, Andrés Felipe (2022) “Convergencia tecnológica de la comunicación en América Latina y El Caribe” *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 150: 233-246 [en línea]. Disponible en: <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8619205.pdf>>
- Figueiras Tapia, Leonardo (2022) *Comunicación, política y comunicación política*. FCPYS, UNAM.
- Fuentes Navarro, Raúl (1992) *La investigación de la comunicación en México: Sistematización documental 1956-1991*. Universidad de Guadalajara.
- Fuentes Navarro, Raúl (1997) *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Universidad de Guadalajara/ITESO.
- García Calderón, Carola (2023) *Publicidad y tecnologías en tiempos de obesidad*. FCPYS, UNAM.
- García Calderón, Carola y Miguel Ángel Rivera (2024) *La construcción simbólica y discursiva de la 4T*. FCPYS, UNAM.
- García Canclini, Néstor (1990) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- Garfías Frías, José (2018) *Análisis de los lenguajes audiovisuales en la era digital*. FCPYS, UNAM.
- Garfías Frías, José y David Cuenca Orozco (2020) *Industrias creativas y procesos de transmediación. Streaming, videojuegos y cultura visual*. FCPYS, UNAM.
- Garfías Frías, José y Héctor López Novelo (coords.) (2025) *El espectáculo de los deportes electrónicos. Espectadores, streaming y publicidad*. FCPYS, UNAM.
- Gómez Diago, Gloria (2020) “Aproximación epistemológica a la investigación en comunicación: significados de comunicación, disciplinariedad y criterios para construir una disciplina” *Revista Latina de Comunicación Social*, 77: 393-412. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1464>
- Gracia Vázquez, Adolfo et al. (2022) *Comunicación y vida cotidiana en la era digital, comunicación y vida cotidiana en la era digital*. FCPYS, UNAM.
- Habermas, Jürgen (1981/1994) *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili.
- Hepp, Andreas (2022) *Deep mediatization*. Routledge.
- Jenkins, Henry (2008) *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Martín-Barbero, Jesús (2002) *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Mastrini, Guillermo y Martín Becerra (2017) “Concentración y convergencia de medios en América Latina” *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 9: 104-120 [en línea]. Disponible en: <<https://journals.openedition.org/communiquer/2277>>

- McCombs, Maxwell y Donald Shaw (1996) “La función de establecimiento de la agenda de los medios de comunicación” en Lozano, José Carlos (comp.) *Teoría de la agenda-setting*. Universidad Iberoamericana, pp. 15-31.
- Molina y Vedia del Castillo, Silvia et al. (2025) *Experiencias de aprendizaje acelerado Su aplicación en el nivel universitario*. UNAM.
- Peña Serret, Daniel (2024) *Afectividad y política en México: el desafiante e intrincado papel de los emociones*. FCPYS, UNAM.
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2024) *Digital News Report 2024*. University of Oxford.
- Sánchez y Sánchez, Carlos Luis (2024) *Comunicación política: abordajes teórico-metodológicos*. UNAM.
- Sosa Hernández, Georgina (2021) “Comunicación política: una mirada a la literatura desde la perspectiva de género” en Gilas, Karolina y Luz María Cruz Parceró (ed.) *Ciencia política en perspectiva de género*. UNAM, pp. 85-100.
- Sosa Hernández, Georgina et al. (2021) *¿Cómo estudiar la comunicación política? Nuevas miradas a los conceptos centrales*. UNAM.
- Trejo Delarbre, Raúl (2010) “Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina” *Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 1: 17-51. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1809-58442010000100002>
- USC Annenberg Center for Public Relations (2025) *Mind the Gap: 2025 Global Communication Report*. University of Southern California.
- Waisbord, Silvio (2019) *Communication: A post-discipline*. Polity Press.
- Waisbord, Silvio (2021) “Más que infodemia: pandemia, posverdad y el peligro del irracionalismo” *Inmediaciones de la Comunicación*, 1: 31-53. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3227>