



LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN ENTRA EN LA HISTORIOGRAFÍA

History of communication joins historiography

Antonio Laguna Platero

Universidad de Valencia, España

Antonio.lgauna@uv.es  0000-0002-1535-7382

Francesc-Andreu Martínez Gallego

Universidad de Valencia, España

Francesc.martinez@uv.es  0000-0001-5996-1314

Como citar este artículo:

LAGUNA PLATERO, A. Y MARTÍNEZ GALLEGO, F. A. (2023): "La historia de la comunicación entra en la historiografía", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (20), pp. 11-21.
<https://dx.doi.org/10.12795/RIHC.2023.120.02>

1. El miedo a la teoría; la necesidad teórica

Una de las cosas que más sorprende de la lectura del precioso librito de Alan F. Chalmers, *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, es las muchas ocasiones en las que la palabra física es intercambiable por la palabra historia. Seguramente es así porque el citado autor defiende la tesis del realismo no representativo, según el cual el mundo es como es independientemente de nuestros conocimientos sobre él y dicho mundo solo es aprehensible desde la teoría que es aplicable desde –y solo desde– la experimentalidad, lo que en el campo de la historia equivale a la probatura. El realismo no representativo no define una verdad como correspondencia y no pretende que las teorías utilizadas se correspondan con el mundo, se conforma con que tales teorías sean operativas a la hora de desvelar algún aspecto del mismo. No tenemos, pues, acceso al mundo al margen de nuestras teorías, las que ponemos en práctica para apreciarlo en su complejidad.

Evidentemente, se puede discutir en qué medida la historia se aparta de la física como objeto de estudio y en las consecuencias, en términos de conocimiento, de la imposibilidad de hacer experimentos con la historia y de hacerlos con la física. Pero lo cierto es que tales diferencias indican, de fondo, que se trata de objetos de estudio (de partes del mundo) diferentes y, por ende, las teorías aplicables para auscultar su realidad son también distintas. Con todo, “las pruebas empíricas que sirven de base a las teorías dependen de esta” (Chalmers, 1984: 227-228). De lo contrario, la teoría se convierte en miserable, como expresó con contundencia Thompson (1981).

No pretendemos retrotraer a nadie a esa especie de pregunta trampa que consiste en plantear si la historia es o no una ciencia, sino que tratamos de recordar –y reforzar– el vínculo entre teoría y observación como fundamento de la práctica historiográfica. Somos empíricos en la medida en que somos teóricos; somos teóricos en la medida que somos empíricos. Volviendo a Thompson: “El discurso de la demostración de la disciplina histórica consiste en un diálogo entre concepto y dato empírico, diálogo conducido por hipótesis sucesivas, por un lado, e investigación empírica por el otro” (1981: 64). A eso nos dedicamos.

Aunque las huestes del idealismo –y no estoy pensando solo, ni mucho menos, en el Althusser que provocó la reacción airada de Thompson– atacan con frecuencia el modesto laboratorio que es el taller del historiador, lo cierto es que éste parece resistir por la vía de la praxis. Pronto se da cuenta de que los idealistas no *hacen* historia y que su propósito es convertirse en una nota a pie de página en la historiografía. Lo consiguen solo porque algún historiador, confundiéndolos con constructores de conceptos teóricos, los integra en su investigación, intenta valerse de ellos en sus construcciones teóricas y hasta, de tanto en tanto, les saca provecho (casi siempre de un modo que los propios idealistas no esperarían y, frecuentemente, desaprobaban). En todo caso, los historiadores seguimos a lo nuestro con ese utillaje –el equivalente al telescopio y el microscopio, a las probetas y las jeringas, a los filtros y las pipetas, etc.- que, por ejemplo, puede encontrarse en las *Doce lecciones sobre la historia* de Prost (2001) o en clásicos como el de Bloch (1952) o Carr (1983).

Estos ataques frecuentes han llevado a algunos historiadores a refugiarse en el empirismo, en una especie de *hypotheses non fingo* (la estrategia de Newton para apartarse de la filosofía natural y sustituirla por la física). Se trata de un paraguas contra los chuzos cuando caen de punta, pero al abrirlo corremos el riesgo de desteorizar la historia, de arrinconar los conceptos.

Curiosamente, en historia de la comunicación –hija del vasto tronco de la historia–, esto sucede poco. Al haber nacido del espacio vinculado al estudio de la comunicación –mucho, muchísimo más, que al vinculado al de la historia–, se impregnó casi de origen de los métodos de las ciencias sociales del estilo de la sociología o la politología. En estos campos, el armazón teórico parece ineludible. Un Harold Laswell, por ejemplo, pionero en los estudios de comunicación, lo fue también de la historia de la comunicación con libros como *Propaganda Technique in the World War* (1926), donde estudiaba las formas de propaganda durante la Gran Guerra y adoptaba para ello un marco teórico funcionalista. Claro que existen (cada vez menos, pero existen) esos historiadores que practican lo que Schudson llamó “la historia de las instituciones” y se enfrentan a su objeto de estudio para reconstruir su peculiar trayectoria, en algunos casos desvinculándola de su contexto. Haciendo miseria del empirismo, por desteorizado. Pero la mayor parte de los historiadores practican las otras dos fórmulas sintetizadas por Schudson (1995); bien esa macrohistoria de la comunicación que se adhiere a la teoría del determinismo tecnológico y convierte lo comunicativo en palanca arquimédica de la historia; bien esa otra historia de la comunicación que vincula estrechamente a los medios con sus contextos culturales, políticos, económicos o sociales y que se adscribe a frentes teóricos plurales.

Porque esas dos últimas formas de hacer historia de la comunicación son las más frecuentes es por lo que Nerone (2006) afirma que se trata de una disciplina tan interdisciplinar y ecléctica como cualquier área académica y, al explorar las teorías con las que se vincula, dice sentir un especial aprecio por la de la esfera pública, aunque, desde su punto de vista ofrece una agenda de investigación limitada que excluye algunos problemas de interés para la disciplina. A la postre, Nerone da por muerta la gran teoría y afirma que no hace demasiada falta la coherencia teórica. Es más, acaba afirmando que la caída de la gran teoría ha sido condición para el despegue de la historia de la comunicación: “no es, en definitiva, la coherencia conceptual real lo que hace que un campo histórico tome conciencia de sí mismo”.

Nerone, desde nuestro punto de vista, no concibe, como Thompson, la teoría como un diálogo entre conceptos y material empírico (archivo), sino más bien lo hace a la manera althusseriana, para quien la teoría puede llegar a substituir a la investigación de lo concreto. De ahí que Nerone enfatice la necesidad de generar el campo, la disciplina, de la historia de la comunicación a través de la creación de revistas y asociaciones profesionales, así como de insertar la asignatura en los planes de estudio establecidos en la Grados de Comunicación. Con lo segundo estamos plenamente de acuerdo. Con lo primero no. Nerone duda cuando envía al infierno a la gran teoría y en algún momento parece querer indicar que la gran teoría no, pero la pequeña sí. Esto es extraño: como si la “pequeña teoría” de la esfera pública de Habermas

–su islote, por así decir– no estuviese incrustada en la Teoría Crítica frankfurtiana y ésta en el ámbito de la escuela teórica marxista. No hay teoría pequeña. Y de ahí este monográfico, que pretende agrupar cuatro reflexiones de índole teórica sobre la historia de la comunicación. No para decir qué es o no es la historia (de la comunicación), sino, a la manera de Chalmers, para forjar campos teóricos de los que puedan surgir preguntas productivas que demanden respuestas archivísticas (demostrativas) y produzcan nuevo conocimiento.

2. La historia de la comunicación y la explicación histórica

En lo que sí estamos de acuerdo es en que la historia de la comunicación “debe explicar globalmente la evolución de las sociedades, partiendo de la organización de la producción comunicativa o, mejor dicho, de la producción de significados, que es más amplia” (Gómez, 2015: 11). ¿Cómo no va a ser posible integrar la producción de significados en el campo de la teoría? El psicólogo Gilberto Pérez lo ha intentado a través de la Teoría de la Representación Social y, aunque su campo de estudio es la mente humana, sugiere que la comunicación es sustantiva en el proceso: “el carácter dinámico, heterogéneo y secularizado de las Representaciones Sociales en el mundo contemporáneo, así como su estrecho vínculo con los medios de masas, permite entender, por ejemplo, que ha ocurrido una transformación histórica cualitativa entre la persona del siglo XV o XVI (...) y la persona actual (...)” (Pérez, 2002: 376). Es decir, que es imposible estudiar las representaciones sociales aislándolas de su componente histórico y éste no se puede sustanciar sin valorar la producción de significados.

El problema suele residir en hacer del término producción un monosema, en adelgazarlo hasta convertirlo en anorético. La producción de significados no es muy distinta a la producción de mercancías. Se trata de averiguar qué agentes están implicados, qué resultado obtienen, cuándo y donde se ubica el acto productivo, para qué producen y qué razones les invitan a actuar de esa manera y no de otra. Como dice Eagleton, “no son el pensamiento ni el lenguaje los que nos proporcionan un mundo, sino los poderes de la producción, constitutivos de un mundo en el sentido rico y amplio de dicho término, poderes con los que el pensamiento y lenguaje están imbricados” (Eagleton, 2017: 44).

Pero esta introducción a un monográfico no pretende sentar cátedra teórica, sino explicar la necesidad de la teoría y de que discutamos sobre ella. Todos los participantes pertenecemos a la Asociación de Historiadores de la Comunicación (AsHisCom) –le hemos hecho caso a Nerone, y nos asociamos, publicamos revistas y peleamos para que la historia de la comunicación esté bien representada en los planes de estudio–, que, desde sus inicios, en 1991, se preocupó por el basamento teórico de nuestra disciplina. Aunque habían existido algunos iniciadores de la historia de la comunicación en el mundo iberoamericano que habían realizado producciones significativas en este campo (Taufic, 1973; Martín-Barbero, 1987;

Marín y Tresserras, 1987; Álvarez, 1989; Moreno, 1991), fue la reunión que AsHisCom celebró en Bellaterra (sede de la Universitat Autònoma de Barcelona) en 1995 la que dio impulso definitivo al debate metodológico en el campo de la historia de la comunicación (Gómez, 1996). A partir de ese momento, las aportaciones han experimentado un cierto auge (Hernáiz, 1999; Gargurevich, 2000; Montero y Rueda, 2001; Yanes, 2005; Alonso, 2008; Checa, 2008; Gracia, 2012; Martínez y Laguna, 2014; Rêgo, Hohlfeldt, Machado, Guillamet, Pena, Sousa, 2019), aunque todavía la historia de la comunicación tiene un escaso impacto en el mundo historiográfico. Hemos visto sucederse los *turns*; Rodrigo Escribano (2017) habló del siglo de los *giros*. Pero es difícil encontrar artículos sobre el papel de la historia de la comunicación en las revistas especializadas en historiografía. Nadie ha oído hablar del *giro comunicativo* en historia.

Y esto es extraño, dado que todo el mundo reconoce la centralidad que ha cobrado la comunicación en las sociedades contemporáneas. Hace casi veinte años, el reputado Robert Ferguson, experto en medios de la Universidad de Londres, versado en Estudios Culturales, publicó un libro en el que afirmaba taxativamente que “la historia es la disciplina académica más importante y significativa para los estudiantes e investigadores de estudios de medios” (Ferguson, 2007: 178). Lo creía así porque pensaba que estudiar los medios era fundamental para entender buena parte de los problemas historiográficos de la agenda del momento (citaba la construcción de naciones, la invención de tradiciones) y dado que los medios (se refiere explícitamente a los programas televisivos infantiles, pero abre el campo a muchos otros géneros) utilizan la historia para construir las bases del presente. Ferguson tiene razón. El flujo es constante y bidireccional. Los medios son nodales en los problemas históricos planteados por la historiografía y son esenciales para entender los usos públicos del pasado, la elaboración y reelaboración de la memoria social (Fentress y Wickham, 2003; Samuel, 2008; MacMillan, 2019).

Pensamos que, si lo anterior es correcto, nos encontramos ante un problema de demanda insatisfecha. Pérez y Escribano (2021) afirman que la historia, la manera de narrarla y su enfoque, debe cambiar con los tiempos para seguir teniendo la dimensión social y política que tuvo en el pasado. Existen destellos, como el auge de la *world history*, dado que este tipo de aproximaciones ayudan a la ciudadanía a comprender mejor un mundo globalizado, interconectado, con flujos migratorios continuos. La *world history* ha sabido superar el problema de oferta, con aproximaciones macro y micro, apoyándose en lo descentrado, en lo fluido, en lo diverso (Conrad, 2017). La historia de la comunicación no ha hecho lo propio. Le cuesta mucho renovar su cuestionario y acertar a satisfacer una demanda que existe porque ¿quién no está preocupado, ocupado, transido, por los medios de comunicación convencionales, digitales, agentes, inteligentes, verdaderos o falsos? La pregunta es sencilla: ¿no sucedió lo mismo en el pasado, aunque con *otros* medios?

Como afirmaron Montero y Rueda (2001: 18), la historia de la comunicación no es exactamente la historia de los medios, ni siquiera la historia de su sumatorio, sino “el resultado de los efectos conjuntos de los medios en un ámbito espacial y temporal determinados”. Si la ciudadanía se pregunta por cuáles son los efectos de los medios, ¿cómo es que no somos capaces de abordarlos en conjunto para determinadas épocas y determinados lugares?

La reflexión crítica sobre nuestro trabajo como historiadores de la comunicación es necesaria para superar esa desconexión entre demanda y oferta, entre lo que la ciudadanía parece demandar y lo que somos capaces de ofrecer. De ahí que queramos agradecer a la *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, a la AsHisCom y a la Sección de Historia de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC), su permanente atención a los asuntos metodológicos e historiográficos relacionados con nuestra disciplina. Lo que el lector encontrará en este monográfico son una serie de aportaciones que se enfrentan a los problemas comentados y proponen vías, caminos –eso significa la palabra *método*– para poner al día la agenda de la historia de la comunicación y conferirle relevancia en el campo historiográfico.

3. Reflexionar desde la diversidad

Ana Regina Rêgo sitúa, para empezar, la historia de la comunicación en el campo de la memoria colectiva y de los usos del pasado por parte de las administraciones públicas. Entre líneas es fácil desvelar cómo en su país, Brasil, las bregas memorialistas vivieron un momento candente cuando el gobierno de Jair Bolsonaro dejó de reconocer a los perseguidos por la dictadura militar que gobernó el país entre 1964 y 1985. Jugar con el pasado tiene siempre un sentido político en el presente, pero jugar con un pasado traumático y relativamente cercano ayuda a la política a infligir dolor. Para cualquiera que haya leído *Los amnésicos*, de Géraldine Schwarz (2019), es fácil entender la importancia de la gestión de la memoria y de la evitación del maniqueísmo, tanto como del reconocimiento de los hechos hasta sus más ínfimos detalles. Schwarz es periodista. Los medios de comunicación juegan un papel esencial en la transición del pasado al presente: lo hacen con cualquier noticia, seleccionan de entre un vasto material y no suelen advertir sobre sus omisiones. La selección misma es siempre un decantamiento, un sesgo, que puede verse acrecentado por narrativas poco o mal contextualizadas, moralmente inicuas o directamente falsas.

De ahí que el texto de Rêgo ponga el énfasis en vincular la historia de la comunicación con la propiedad de los medios de comunicación y con los aparatos políticos. El poder de los medios de comunicación para orientar a la colectividad –para el consenso o para el disenso, para la cohesión o para el miedo– requiere observarlos como parte de una estructura productiva, en el caso contemporáneo, como porción de un mercado en el que los dueños del capital (invertido en medios de comunicación) son una voz determinante en la esfera pública, por más que la mayoría no conozca sus nombres. Si ya en las décadas finales se dio a conocer el fenómeno doble de la crítica a la información mediada y de la concentración de los medios en lo que alguien denominó el hipersector mediático (Orive, 1998; Álvarez, 2000), en lo que llevamos de siglo XXI, con el auge de Internet y los medios digitales, la crítica a los medios se ha convertido directamente en desmediación (y en desinformación), mientras el mercado de la atención sigue siendo copado por magnates del hipersector, en este caso, vinculados a las nuevas tecnologías. En todo caso, desde la perspectiva de Rêgo, lo fundamental es prestar

atención al mercado y a sus relaciones con el Estado, para ubicar correctamente a los medios de comunicación y a su despliegue.

También interesa en la aportación de Rêgo el estatus epistemológico de la comunicación, de una posible ciencia de la comunicación que, para unos no existe y para otros, aún no ha comenzado a andar. Esto es, que aparece como muy débil en sus presupuestos epistemológicos. Para Rêgo el hecho de que la comunicación sea ubicua no le resta relevancia, sino que la sitúa en el centro de las necesidades cognoscitivas a condición de formular sobre ella las preguntas pertinentes. Como el aire, añadimos, su omnipresencia no le resta consideración científica, más bien alienta su análisis.

La profesora Patricia Vega se ocupa del escenario centroamericano y de sus aportes en el campo de la historia de la comunicación. No se trata solo de un repaso de las realizaciones de una historiografía muy viva en los últimos cuarenta años, que son los que trata, sino de una reflexión sobre la disciplina al hilo de los problemas vivenciales de esa parte del mundo: los movimientos revolucionarios, las guerras civiles, las migraciones, los altos niveles de violencia, etc.

La intención de Vega es mostrar hasta qué punto los asuntos tratados por la historia de la comunicación se relacionan con el contexto de donde surge el hábito investigador. Ya lo dijo Croce, “toda historia es historia contemporánea (...) porque por remotos o remotísimos que parezcan cronológicamente los hechos que entran en ella, es, en realidad, historia referida siempre a la necesidad y a la situación presente” (Croce, 2001).

Tras una original investigación que ha dado pie a una bien informada base de datos, Vega está en condiciones de decirnos qué espacio ocupa la historia de la comunicación entre las ciencias de la comunicación Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. El 7,1% de los estudios comunicativos se refieren al ítem histórico, que está por detrás de los estudios sobre las TIC, la televisión, el periodismo, las telecomunicaciones y los medios y el poder, pero muy por delante de ítems como comunicación y educación, comunicación y cultura, medios y democracia, publicidad o televisión, entre otros. Dentro de la historia de la comunicación, la historia institucional, vinculada al periodismo, es la mayoritaria. Pero según avanza el período, los vínculos entre la historia de la comunicación y la historia cultural o sociocultural, se hacen más estrechos y deparan una amplia gama de trabajos que relacionan los medios con determinados acontecimientos (procesos revolucionarios, construcción de naciones, etc.) o que estudian la comunicación mediada desde la perspectiva triple de la producción, la distribución y el consumo.

En definitiva, se trata de un texto que va desde los condicionantes en la escritura de la historia de la comunicación hasta los resultados de la renovación que ha experimentado la disciplina en los últimos años. Que se dedique al espacio centroamericano, lo hace riguroso al acotar un espacio y un tiempo, pero desde luego se trata de un trabajo perfectamente “exportable” en su metodología a otros ámbitos y que da muchas pistas sobre las orientaciones de la disciplina. En todo caso, abre un canal para la historia comparada en la historiografía de la historia de la comunicación.

Y dado que el trabajo de Vega se presta a la historia comparada, el del profesor Juan Antonio García Galindo puede proponerse como términos de comparación, pues se centra en la historiografía española sobre historia del periodismo y de la comunicación.

Es perfectamente observable en su trabajo la función de ariete que cumplió, desde los años 70 del siglo XX, la historia de la prensa. En el mundo del hispanismo francés o de los célebres Coloquios de la Universidad de Pau, se puso mucho empeño en construir una metodología esencial para abordar la historia de los periódicos con los que comenzaban a nutrirse las investigaciones en historia contemporánea, en historia de la literatura o que se convertían en objetos de estudio en sí mismos. Aquella reflexión metodológica fue esencial para el devenir de la disciplina, puesto que, en muchos casos, los aportes vinculados a la prensa eran perfectamente útiles, una vez adaptados, para otros medios de comunicación.

Las dos décadas siguientes conocieron el tránsito, pausado y reflexivo, entre la historia de la prensa, la historia de los medios y una historia de la comunicación que se quería mucho más omnicomprendensiva que las dos categorías anteriores. García Galindo destaca algunas aportaciones señeras en ese tránsito, singularmente la del profesor Jesús Timoteo Álvarez Fernández, aunque no olvida el señalamiento de una obra singular elaborada fuera del mundo, el libro de Manuel Vázquez Montalbán, *Historia y comunicación social* (1985). Cuando el libro de Vázquez se reeditó en 1997, el autor escribió “suscribo lo antedicho” a la nota que le sirvió de proemio en la primera edición de 1980: “Desde el principio comprendí (...) que era quimérico plantearme una Historia de la Comunicación, habida cuenta de la carencia de investigación básica que hiciera posible tamaña fantasía. Todavía hoy es científicamente imposible una Historia de la Comunicación por los mismos motivos. Elegí, pues, el camino del ensayo documentado, tratando de establecer la posible relación entre Historia y Comunicación”. Así pues, transcurridos veinte años, la historia de la comunicación no acababa de arrancar.

García Galindo observa que justo cuando Vázquez afirmaba tal cosa, surgían textos académicos que apuntaban a llenar el vacío, desde Amparo Moreno a Antonio Checa o Jaume Guillamet. Y, sobre todo, con las nuevas remesas de historiadores que se unían a los veteranos en la ASHisCom a partir de 1991.

En definitiva, un rico y lleno de matices recorrido por un trepidante *fin de siècle* para la historia de la comunicación en España, elaborado por un historiador que pone en sordina su nombre en ese periplo, aun siendo uno de los autores fundamentales para el despegue de la disciplina.

Por último, aparece el texto firmado por los autores de esta introducción al monográfico. Hemos querido realizar una doble apuesta en él. De un lado, construir un modelo plausible, en términos organizativos, para la historia de la comunicación entendida como historia global o historia de la humanidad. La columna vertebral de la comunicación solo puede emerger si organiza una forma de historiar, de contar el pasado. De eso se trata. La propuesta consiste en mantener como constantes e interrelacionados tres elementos, lo oral, lo icónico y lo escrito o literario, para auscultar las diferentes etapas y contextos históricos. Evidentemente,

la historia es cambio y no se trata de establecer modelos funcionales de desarrollo, al menos en la propuesta en cuestión. Los tres elementos citados no son motores de cambio, sino vehículos para la transmisión del mismo. Eso sí, vehículos ineludibles. No son superestructura; son base. No son coyunturales, son estructurales. Sus combinaciones no están preestablecidas: nos serán lo mismo en una sociedad que pugna por esclavizar al prójimo que en otra que ha construido un mercado y en él un amplio frente ligado a la economía de la atención.

Por otro lado, el aporte se centra en el sujeto. Vuelve al reino del sujeto (Marín y Tresserras, 1987). Expone por qué la historia de la comunicación debe concebirse como una historia social: puesto que los sujetos son los que producen la información (la que sea, verdadera, sesgada, falsa), porque los sujetos son los que la distribuyen y porque son los sujetos los que la consumen. A veces –y es posible que con la ola de la Inteligencia Artificial el fenómeno se agudice–, los sujetos quedan suplantados por las tecnologías en la historia de la comunicación. El muy tentador hacer de las máquinas de comunicar los *deus ex machina* de la historia. Pero, frente a esta deriva, el hecho de que sean las mujeres y los hombres los que hacen la historia (y los que la padecen, en nítida dialéctica) es la que invita a no abandonar el componente social de la historia de la comunicación. Como decíamos más arriba, en este mismo ensayo introductorio, la producción y las relaciones sociales que la hacen posible es algo más que trabajo (Eagleton, 2011): son también los instrumentos para aplicarlo y éstos pueden ser muy variados e ir desde la tecnología a los estados de ánimo (que ahora estudia la historia de las emociones). Lo que siempre estará inmiscuido en esa relación entre el trabajo y las relaciones sociales es la comunicación. Y variará en su forma según varíen las condiciones de su existencia.

Cuando escribimos el texto estábamos convencidos –seguimos estando– de que una historia de la comunicación que adquiriera potencia explicativa y epistemológica, así como rigor conceptual, tendrá mucho que decir en el seno de la historiografía.

Referencias bibliográficas

ALONSO, L. (2008): *Historia y praxis de los media: elementos para una historia general de la comunicación*, Madrid, Ediciones Laberinto.

ÁLVAREZ, J.T. (1989): “Historia de la Comunicación: savia nueva para una historiografía cansada”, en *Haciendo historia: homenaje al profesor Carlos Seco*, Madrid, UCM.

ÁLVAREZ, J.T. (2000): “La evolución del hipersector de comunicación+información”, en Laguna, A.: *La comunicación en los '90: el mercado valenciano*, Valencia, Fundación Universitaria San Pablo CEU, 17-27.

BLOCH, M. (1952): *Introducción a la Historia*, México-Buenos Aires, FCE.

CARR, E.H. (1983): *¿Qué es la historia?*, Barcelona, Ariel.

- CHALMERS, A.F. (1984): *¿Qué es esa cosa llamada ciencia? Una valoración de la naturaleza y el estatuto de la ciencia y sus métodos*, Madrid, Siglo XX.
- CHECA, A. (2008): *Historia de la comunicación: de la crónica a la disciplina científica*, Sevilla, Netbiblo.
- CONRAD, S. (2017): *Historia global. Una nueva visión para el mundo actual*, Barcelona, Crítica.
- CROCE, B. (2001): *Teoria e storia della storiografia*, Milán, Adelphi.
- EAGLETON, T. (2001): *Por qué Marx tenía razón*, Barcelona, Ediciones Península.
- EAGLETON, T. (2017): *Materialismo*, Barcelona, Península.
- ESCRIBANO, R. (2017): "El siglo de los Giros. Modelos discursivos y post-discursivos en la teoría historiográfica reciente", *Historiografías*, 14, pp. 12-32.
- FENTRESS, J. y WICKHAM, C. (2003): *Memoria social*, Madrid, Cátedra.
- FERGUSON, R. (2007): *Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación*, Barcelona, Gedisa.
- GARGUREVICH, J. (2000): "¿Qué historia de la información y cómo enseñarla?", en *V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación-ALAIIC, 2000*. Santiago de Chile.
- GÓMEZ, J.L. (coord.) (1996): *Metodologías para la Historia de la Comunicación Social*, Bellaterra, Servei de Publicacions UAB.
- GÓMEZ, J.L. (2015): "Historiar la comunicación: conceptos y práctica investigadora", *Revista Brasileira de História da Midia (RBHM)*, 4(1), pp. 11-20.
- GRACIA, J. (2012): "Historia de la comunicación: perspectivas metodológicas y teórico historiográficas desde la historia cultural". *Historia Contemporánea*, 45, pp. 639-668.
- HERNÁIZ, J. I. (1999), *Historia de la comunicación social: de Altamira a Parque Jurásico*. Madrid: Editorial Universitat.
- MACMILLAN, M. (2010): *Usos y abusos de la historia*, Barcelona, Ariel.
- MARIN, E. y TRESSERRAS, J.M. (1987): *El regne del subjecte (Per una teoria materialista del a Comunicació social)*, Barcelona, El Llamp.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Ed. Gustavo Gili.
- MARTÍNEZ, F.A. y LAGUNA, A. (2014): "El historiador de la comunicación, entre la teoría de la comunicación y la teoría de la historia", *Revista de Historiografía*, 20, pp. 217-238. Disponible en Internet (20/05/2023):
- MONTERO, J. y RUEDA, J.C. (2001): *Introducción a la Historia de la Comunicación Social*, Barcelona, Ariel.
- MORENO, A. (1991): *Pensar la historia a ras de piel*, Barcelona, Ediciones de la Tempestad.
- NERONE, J. (2006): "The Future of Communication History", *Critical Studies in Media Communication*, 23(3), pp. 254-262.
- ORIVE, P. (1998): "El magnate, nervio del hipersector comunicativo", *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 1, pp. 8-26.

PÉREZ, G. (2002): "Representación social y producción de significado", *Estudios de Psicología*, 23(3), 373-385. DOI: 10.1174/021093902762224443

PÉREZ, P. y ESCRIBANO, R. (2021): "La historia y los historiadores en el siglo XXI", *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 21, pp. 153-172.

PROST, A. (2001): *Doce lecciones sobre la historia*, Madrid, Cátedra.

REGO, A.R., HOHLFELDT, A. MACHADO, M.B., GUILLAMET, J., PENA, A. y SOUSA, J.P. (2019): *Os desafios da pesquisa em História da Comunicação: entre a historicidade e as lacunas da historiografia*, Porto Alegre, Edipucrs.

THOMPSON, E.P. (1981): *Miseria de la teoría*, Barcelona, Crítica.

SALA, r. (2007): *Introducción a la historia de los medios. Consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Servei de Publicacions de la UAB.

SAMUEL, R. (2008): *Teatros de la memoria. Pasado y presente de la cultura contemporánea*. Valencia. PUV.

SCHWARZ, G. (2019): *Los amnésicos. Historia de una familia europea*, Barcelona, Tusquets.

SCHUDSON, M. (1995): "Enfoques históricos a los estudios de la comunicación" en Jensen, K.B. y Jankowski, N.W. (eds.): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Barcelona, Bosch, pp. 211-228.

TAUFIC, C. (1973): *Periodismo y lucha de clases*, Chile, Ediciones Quimantú.

VÁZQUEZ, M. (1985): *Historia y comunicación social*, Madrid, Alianza Editorial.

YANES, J.A. (2005): *Metodología de la Historia de la Comunicación social en Canarias. La prensa y las fuentes hemerográficas*, Tegueste, Baile al Sol.