

Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies

Daniel E. Jones

Centre d'Investigació de la Comunicació
Barcelona

Resum

Es tracta d'una descripció comprensiva de l'ensenyament i de la recerca que es fa en les diferents regions i àrees culturals de l'Estat espanyol. El treball contempla les principals biblioteques i centres de documentació, així com les publicacions especialitzades. L'autor fa una revisió de les diferents tendències que existeixen en la investigació: estructura, polítiques, economia, teoria i sociologia de la comunicació, ciència i història del periodisme i de la comunicació social, ètica, dret, comunicació política, imatge, educació, publicitat, màrqueting, relacions públiques, tecnologia de la informació i documentació. S'hi relacionen els investigadors més importants en cadascun d'aquests àmbits, així com les autonomies i les institucions on treballen. També hi ha una bibliografia essencial sobre el tema. De forma addicional, s'hi fa una història, amb unes conclusions que inclouen tendències de futur. Es dona una importància especial al paper que han fet les diferents facultats de Ciències de la Informació.

Paraules clau: centres d'ensenyament, centres de recerca, bases de dades, facultats de Ciències de la Informació.

Resumen. *Investigación sobre comunicación social en la España de las autonomías*

Se trata de una visión clara de la enseñanza y de la investigación llevadas a término en las distintas regiones y áreas del Estado español. En lo que se refiere a la investigación, se proporciona una lista de las principales bibliotecas y centros de documentación, editoriales y revistas especializadas. El autor revisa los diversos campos que existen en la investigación: estructura política, economía, teoría y sociología de la comunicación, ética, derecho, comunicación política, educación a través de la imagen, publicidad, márketing y relaciones públicas, tecnología de la información y documentación. Se enumeran los principales investigadores en cada uno de estos campos, juntamente con las autonomías e instituciones en las que trabajan. También hay una bibliografía esencial de cada materia. Adicionalmente, se proporciona una historia, con unas conclusiones que incluyen tendencias de futuro. Se da una importancia especial al papel clave que las diversas facultades de Ciencias de la Información han tenido en este contexto.

Palabras clave: centros de enseñanza, centros de investigación, bases de datos, facultades de Ciencias de la Información.

Abstract. *Research into social communication in Spain's autonomous regions*

A comprehensive picture of teaching and research carried out in the various regional and cultural areas of the Spanish state. Regarding research, the principal libraries and documentation centres, publishers and specialised periodicals are listed. The author reviews the various trends in research: structure, policies, economics, theory and sociology of communication, science and history of journalism and social communication, ethics, law, political communication, image education, advertising, marketing and public relations, information technology and documentation. The main researchers in each of these fields are listed, together with the regions and institutions in which they work. There is also an essential bibliography on the subject. Additionally, a history is provided, with conclusions which include future trends. Special importance is attached to the key role that the various Faculties of Information Science have played in this context.

Key words: teaching centres, research centres, data banks, faculties of Information Science.

1. Context sociopolític i cultural

Espanya ha sofert una transformació política, social i cultural decisiva des de la desaparició del franquisme a mitjans dels anys setanta. Un règim autoritari, caracteritzat per l'absència de llibertats polítiques i d'expressió, es transformà gradualment en un nou sistema democràtic —una monarquia parlamentària—, consolidat per mitjà de la promulgació de la Constitució de 1978.

La nova Carta Magna, que entre altres garanties consagra les llibertats d'associació política, de mercat i d'expressió, ha configurat l'actual «Estat de les autonomies». D'aquesta manera, s'ha garantit l'existència d'un Estat plurinacional i pluricultural, integrat per diferents pobles històricament constituïts, amb les seves respectives llengües i cultures, conjuminades en igualtat de drets i llibertats.

Aquestes grans transformacions sociopolítiques de caràcter general, que han afectat el conjunt de la societat espanyola, han estat acompanyades per unes altres d'específiques dins el camp de la comunicació i de la cultura de masses, de manera que s'ha produït així un augment molt important del nivell de consum de tot tipus de béns i serveis comunicatius i culturals per part de la població.

Els nous actors dominants del sector comunicatiu —que van néixer com a empreses amb vocació de lideratge al camp de la premsa per convertir-se més tard en grups de comunicació— reclamaren poc després la llibertat d'emissió radiofònica i televisiva, i la desaparició de l'ens públic Medios de Comunicación Social del Estado.

Es perfilaren les estratègies de concentració econòmica per part dels grups comercials originaris de la premsa —principalment Godó, PRISA i Zeta— per tal de trobar-se en més bona disposició d'accés a l'emissió televisiva. El monopoli televisiu estatal fou trencat parcialment, a partir de 1983, per la concessió de tres llicències d'exploatació d'emissores privades de cobertura estatal.

Paral·lelament, ha existit una entrada progressiva de corporacions transnacionals de les indústries comunicatives i culturals —especialment europees—,

com a conseqüència de la liberalització de la legislació espanyola en aquest sector per tal d'adaptar-se a les normatives comunitàries, encara que amb limitacions en la indústria televisiva.

En conseqüència, les transformacions succeïdes en les darreres dues dècades a la societat espanyola han produït efectes molt notables en el sector cultural i comunicatiu, com també en cada una de les indústries i mitjans que l'integren. Aquests canvis han estat decisius, en primer lloc, en la forma i els continguts dels missatges, però també en els models elegits o en l'estructura de propietat de les empreses. Diferents actors —alguns dels quals havien estat considerats clau— van anar desapareixent durant el franquisme i van ser substituïts poc a poc per d'altres de nou encuny, els quals, finalment, s'han erigit com a líders ideològics i econòmics en aquest final de segle.

Aquests canvis van afectar considerablement, també, les àrees professional i acadèmica. S'ha produït un creixement exponencial de tots dos col·lectius, atribuïble entre d'altres causes, a l'augment i la diversificació de les sortides professionals, i al relleu generacional —més acusat a Espanya que a d'altres latituds—, conjuntament amb un atur laboral que s'ha fet crònic.

Les quatre facultats de Ciències de la Informació heretades del període franquista —Madrid, Bellaterra (Catalunya), Pamplona (Navarra) i Lejona (País Basc)—, que aglutinaven conjuntament uns quatre o cinc mil estudiants i a mig miler de professors a mitjans dels setanta, s'han quadruplicat en aquestes dues dècades, ja que actualment arriben a una quinzena de centres universitaris específics, més de vint mil estudiants matriculats i aproximadament mil cinc-cents professors de diferents categories acadèmiques.

Aquest creixement probablement és un dels més notables dins del panorama internacional. Espanya s'ha convertit en una potència productora de professionals de la comunicació («comunicadors») de les diferents indústries i serveis —premsa, ràdio, cinema, televisió, vídeo, publicitat—, que intenten trobar un lloc no tan sols als mitjans de comunicació o a les agències publicitàries en sentit estricte, sinó també en sectors connexos com ara els gabinets de relacions públiques, tant públics com privats. Però això es torna cada vegada més difícil per a les noves promocions, fet que, encara que aquest fos un mercat en expansió durant uns quants anys —perquè es partia d'un llistó molt baix— ja s'ha arribat a un grau de saturació interior que impedeix un creixement sostingut.

Així mateix, Espanya ha assolit un nivell molt elevat en el panorama internacional pel que fa al nombre de professionals especialitzats en l'estudi dels propis mitjans de comunicació i de les indústries culturals («comunicòlegs»), uns per vocació i d'altres abocats a aquest terreny acadèmic per la pressió laboral. En augmentar el nombre de facultats i d'estudiants fou necessària la contractació de nou personal docent —preparat acadèmicament o no—, fet que ha portat a un creixement exponencial del nombre de persones que es dediquen professionalment —exclusivament o a temps parcial— en aquest àmbit d'estudis.

Com a resultat, hi ha en aquests moments un col·lectiu —ja especialitzat o en vies de ser-ho— molt nombrós, que constitueix un planter que, tard o

d'hora, podria donar lloc al sorgiment de teòrics que fessin aportacions substancials al panorama internacional de l'especialitat. Actualment, existeixen alguns experts que poden equiparar-se amb llurs principals col·legues estrangers, però també cal reconèixer que les investigacions fetes aquí poques vegades transcendeixen les fronteres nacionals, amb l'excepció, potser, del mercat llatinoamericà i, més recentment, l'uropeu.

2. Antecedents històrics

Els estudis i les investigacions sobre comunicació a España es caracteritzaren durant les gairebé quatre dècades de franquisme (1939-1975) per una feblesa teòrica evident, una censura ideologicopolítica explícita i una primàcia per part de l'«aparell» de l'Estat. Certament, aquestes característiques bé podrien aplicar-se a la majoria de disciplines i estudis de qualsevol caràcter, però, com és fàcil de suposar, el mateix control que es va exercir sobre el propi sector comunicatiu i cultural —premsa, ràdio, cinema i televisió, principalment— es va aplicar als incipients estudis teòrics sobre aquest fenomen social, a causa fonamentalment de la necessitat que tenia el règim de perpetuar-se en el camp doctrinal i ideològic, tot i que la realitat acabés anant per uns altres camins.

Precisament, a causa d'aquesta censura i primàcia, les recerques propiciades a Espanya durant aquest període, llevat d'algunes excepcions¹ sobretot en l'àmbit publicitari, es van caracteritzar per una mancança de rigor científic i acadèmic, i van quedar reduïdes a meres edicions de conferències, col·loquis o discursos de caràcter doctrinal. Tanmateix, aquesta ideologia evolucionà —gràcies a la pròpia adaptació sociopolítica del règim— de l'autoritarisme i del nacionalcatolicisme de primera hora, a la liberalització dels darrers anys, especialment després de la promulgació de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 (Moragas, 1981).

Pràcticament fins 1957 —any de l'aparició del llibre clàssic *Mass communications*, de Juan Beneyto— poc s'havia editat a Espanya que pogués ésser tingut en compte des d'un punt de vista científic en aquest camp teòric i, fins als anys seixanta, no es van publicar els primers estudis d'autors nacionals o estrangers, gràcies, per damunt de tot, a la tasca editorial de la Universidad de Navarra. A més, no només escassejaven els llibres substanciosos i especialitzats de producció pròpia, malgrat els clars avenços produïts a Europa o als Estats Units —molts dels quals arribaven a la Península gràcies al contraban o a les traduccions procedents d'Amèrica Llatina—, sinó que el mateix succeïa amb les revistes, tant les professionals com les teòriques, i amb les institucions acadèmiques (docents, documentals i d'investigació).

L'evolució posterior, malgrat tot, ha estat espectacular. Però encara existeixen desequilibris importants. Per raó del nombre d'institucions, persones, recursos, investigacions i empreses editorials, Madrid i després Catalunya han estat tra-

1. Entre els especialistes més destacats cal mencionar José Altabella, Juan Beneyto i Pedro Prat Gaballí.

dicionalment els principals pols de l'Estat en l'estudi de la comunicació social. S'ha de recordar, a títol indicatiu, la tasca desenvolupada en els darrers anys per algunes institucions clau com ara la Universidad Complutense, la Universidad de Navarra, FUNDESCO o l'IORTV, i per tot tipus d'instituts privats especialitzats en màrqueting comunicacional —estudis d'audiències i inversions publicitàries—, productors d'informació comercial de valor estratègic.

Aquesta situació ha determinat que Catalunya, per exemple, s'hagi trobat tradicionalment amb un cert desavantatge respecte a Madrid —tot i que molt més ben situada que la resta de comunitats autònomes espanyoles, gràcies a la labor d'institucions com ara la Universitat Autònoma de Barcelona o, més recentment, les Universitats Pompeu Fabra i Ramon Llull i el CEDIC—, per a la realització de qualsevol tipus d'estudi de caràcter empíric o aplicat que requereixi importants inversions en recursos humans i tècnics, especialment en aquells relacionats amb les noves tecnologies de la informació (Jones, 1995c).

Com ja s'ha dit, la primacia de Madrid en el control de recursos i definició de les polítiques de comunicació i d'investigació, afegida a les necessitats de consolidació del nou Estat de les autonomies, han determinat, en gran part, algunes de les línies preferents d'investigació recent a Espanya. És a dir, que a les perspectives de caràcter regional i local s'ha dedicat, probablement, un esforç superior que a les anàlisis sobre la realitat europea, americana o internacional, tot i que darrerament s'adverteix una més gran obertura, orientada principalment cap a la situació a Europa.

En aquest text es vol presentar, de manera succinta, l'estat actual i les perspectives de la investigació sobre comunicació a Espanya. Es fa un repàs dels diferents tipus d'institucions que contribueixen a aquesta labor —centres d'ensenyament, de documentació i d'investigació en sentit estricte—, de les revistes acadèmiques² i de les línies i objectes d'anàlisi més significatius.

3. Distribució territorial de la investigació

Actualment, Espanya compta amb unes 250 institucions que s'ocupen, en major o menor mesura, d'activitats docents, documentals i/o de recerca sobre comunicació social, entesa aquesta com un fenomen complex i polifacètic que inclou diferents mitjans i serveis i que és abordat des de les principals disciplines científiques, bé que preferentment des de les ciències socials i les humanitats (Jones, 1995a).

Algunes institucions dedicades a l'estudi dels diversos àmbits de la comunicació social tenen a Espanya una tradició que es a remunta als començament

2. Són abundants a Espanya les publicacions de caràcter comercial especialitzades en cinema, televisió, vídeo o publicitat però no les de comunicació de caràcter acadèmic. No obstant això, en aquests darrers anys han sortit diverses revistes teòriques que poden emmarcar-se perfectament dins dels models internacionals. La majoria d'elles es publiquen a Madrid i a Barcelona, i aquestes últimes, a més de la difusió doctrinal, es caracteritzen per la defensa de la llengua i la cultura catalanes.

de segle, per més que tan sols s'han consolidat a nivell universitari, acadèmic i científic en les dues últimes dècades.

Davant la gran dispersió i el nombre creixent de persones i institucions dedicades a la investigació, documentació i docència sobre comunicació i cultura de masses, l'esmentat CEDIC va posar en marxa des de la seva fundació el 1987, el banc de dades COMCAT, per tal d'inventariar tots els especialistes i les entitats d'arreu d'Espanya i, encara que d'una manera selectiva, d'altres països d'Europa i Amèrica. Com a resultat d'aquesta feina documental, el banc de dades ha pogut reunir —a més d'onze mil referències bibliogràfiques— gairebé nou-cents registres amb les dades fonamentals d'institucions espanyoles i estrangeres i més de dos mil amb els investigadors espanyols i iberoamericans. Amb tota aquesta informació es va publicar la segona edició del *Directori espanyol d'investigació en comunicació 1995*.

Tota aquesta informació recollida i processada ha permès, com a l'edició de 1991, de fer un balanç de tipus quantitatiu sobre les institucions i les persones reunides al directori espanyol per tal de detectar cap a on es dirigeixen les investigacions en aquest camp acadèmic, els mitjans més estudiats o les perspectives teòriques preferides, com també la comunitat autònoma de residència.

En línies generals, i a partir de les dades que ens ofereix l'esmentat directori sobre els 1.756 especialistes espanyols censats —un 80% són homes—, se n'han pogut extreure alguns trets fonamentals. D'entre ells, que de les 1.195 persones de les quals ha estat possible determinar la seva comunitat autònoma de residència permeten advertir l'existència d'un major nombre a Catalunya (un 35% del total espanyol) i a Madrid (un 33%).

Tant aquestes dues comunitats autònomes com les set que les segueixen —Navarra (un 8%), País Basc (un 6%), Andalusia (un 6%), Comunitat Valenciana (un 3%), Castella-Lleó (un 3%), Galícia (un 2%) i Canàries (un 2%)—, compten en aquests moments amb facultats de Ciències de la Informació, la qual cosa afavoreix una concentració més elevada d'especialistes en aquest camp³.

3.1. Centres d'ensenyament

La formació professional de publicitaris i periodistes de premsa té una certa tradició a Espanya, però últimament s'hi anat desenvolupant també la dels comunicadors audiovisuals, dissenyadors gràfics i tècnics en relacions públiques. Les institucions més significatives en l'actualitat són les facultats de Ciències de la Informació, les primeres de les quals —Madrid, Bellaterra i Pamplona— es fundaren el 1972, tot i que existeixen d'altres centres —universitaris o no— d'una certa importància.

3. A més, dotze són els investigadors espanyols radicats a d'altres països —especialment d'Amèrica Llatina— i setze els hispanistes estrangers —fonamentalment francesos— dedicats a l'anàlisi d'alguna faceta de la comunicació i la cultura de masses a Espanya.

A hores d'ara, hi ha a Espanya setze facultats de Ciències de la Informació: deu de públiques (Madrid⁴, Bellaterra⁵, Lejona⁶, Sevilla⁷, Santa Cruz de Tenerife⁸, Santiago de Compostel·la, Barcelona⁹, Màlaga, Salamanca¹⁰ i Vigo¹¹) i cinc de privades d'orientació catòlica (Pamplona¹², de l'Opus Dei; Salamanca, de la Conferència Episcopal; Barcelona, de la Fundació Blanquerna¹³, i Madrid i València, de la Fundación CEU San Pablo¹⁴), a més de la Universidad Europea de Madrid. En total, compten amb uns mil cinc-cents professors i amb uns vint mil alumnes. N'hi ha algunes que ofereixen els tres cicles acadèmics, mentre que d'altres només el primer o bé el primer i el segon¹⁵.

Des de llurs inicis, aquestes facultats —preferentment les públiques— es van veure aclaparades per problemes difícilment solucionables a curt termini: nombre excessiu d'alumnes, formació deficient de part del professorat, dotació insuficient d'equipaments tècnics per a la formació acadèmica i professional de l'alumnat i inadequació dels plans d'estudis successius a les demandes

4. Cal assenyalar les quatre revistes acadèmiques publicades per la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid: *Documentación de las Ciencias de la Información*, des del 1976; *Revista de Ciencias de la Información*, des del 1984; *Anuario del Departamento de Historia*, des del 1989; *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, des del 1990; *Cuadernos de Información y Comunicación*, des del 1995, i *Àrea 5* (amb departaments de Comunicació Audiovisual d'altres facultats), des del 1992. L'aparició de totes elles és bastant irregular, i el mateix passa amb el contingut de llurs articles: al costat de textos nous i originals n'apareixen uns altres de redundants i de poc interès.
5. Des del 1993 es diu Facultat de Ciències de la Comunicació, de la Universitat Autònoma de Barcelona. El Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació edita *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, des del 1980, que fins ara ha comptat amb bones col·laboracions, tant catalanes com d'altres latituds.
6. Des de mitjans dels anys vuitanta es va dir Facultad de Ciencias Sociales y de la Información (a hores d'ara, de la Comunicació); publica *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, des de 1996.
7. Des del 1993 publica *Cuestiones Publicitarias*, dedicada a aquesta especialitat.
8. La Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna edita des del 1992 *Estudios de Periodismo*, amb aportacions dels professors d'aquest centre i d'altres de la resta del país.
9. Es tracta dels Estudis de Periodisme (de segon cicle) i els de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra, iniciats al curs 1992-93.
10. Es tracta dels Estudis de Comunicació Audiovisual (de segon cicle), iniciats recentment.
11. Estudis especialitzats en Publicitat i Relacions Públiques.
12. Des del 1988 edita la revista *Comunicación y Sociedad*, acurada en la seva presentació i contingut. Per la seva banda, la veterana *Nuestro Tiempo* també ha publicat al llarg dels anys diferents articles sobre comunicació social, però des d'una perspectiva més periodística.
13. Des dels inicis de 1996 edita la revista acadèmica *Tripodos*, dedicada a la comunicació social.
14. El Centro Universitario de Ciencias de la Información CEU San Pablo, de València, edita des del 1991 *Comunicación y Estudios Universitarios*, que encara que no té una línia ben definida i recull les propostes teòriques d'aquest centre docent.
15. Així mateix, des del curs 1989-90, el Colegio Universitario de Segovia, conjuntament amb la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, imparteix estudis de Periodisme i Publicitat. Més recentment, d'altres centres superiors de caràcter públic —com ara la Universitat de Barcelona— decidiren posar en marxa per al curs 1994-95 nous estudis de Comunicació Audiovisual.

socials i laborals (Vigil y Vázquez, 1987; Marques de Melo, 1989; Borrat, 1990).

Malgrat tot, aquest tipus de deficiències s'ha anat solucionant a poc a poc. A més, amb la implantació gradual del nou pla d'estudis, a partir del curs 1992-93, alguns centres estan en condicions d'oferir llicenciatures específiques en Periodisme, Publicitat-Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual.

D'altra banda, existeixen centres universitaris espanyols dedicats a l'ensenyament de certes facetes específiques de la comunicació social: fotografia i vídeo en algunes facultats de Belles Arts; història del cinema, en algunes facultats de Geografia i Història, i relacions públiques i documentació, o bé Psicologia, Sociologia o Pedagogia de la comunicació, en algunes universitats públiques.

Així mateix, en nombroses facultats de Ciències de la Informació, i també en d'altres de les esmentades, es pot cursar estudis de postgrau, tant de *master* —en diferents especialitats— com de doctorat i en aquests moments existeix a Espanya mig miler de doctors en alguna de les especialitats de la comunicació social (preferentment periodisme).

Pel que fa als diferents centres d'ensenyament no universitari —n'hi ha uns quants—, se'n poden esmentar aquí alguns de molt significatius. Per exemple, vídeo, televisió, cinematografia i àudio —des d'una perspectiva tècnica— poden cursar-se a l'Institut Oficial de Radio y Televisión (IORTV), dependent de l'ens públic Radio Televisión Española (a Madrid i a Barcelona), i a l'Escola Municipal de Mitjans Audiovisuals (a Barcelona), a més d'altres escoles de formació professional del país. Així mateix, l'especialitat de disseny gràfic pot estudiar-se, entre d'altres escoles privades, a les barcelonines Eina i Elisava¹⁶.

A més, diferents diaris espanyols organitzen, des de fa alguns anys, programes de *master* per a la formació professional específica de llurs propis redactors. Aquest és el cas d'*El País* (conjuntament amb la Universidad Autónoma de Madrid), *ABC* (amb la Universidad Complutense de Madrid) i *El Correo Español* (amb la Universidad del País Vasco).

3.2. Centres documentals

Als darrers anys, s'ha produït a Espanya una reactivació d'antigues institucions documentals i se n'han creat altres de noves. En aquests moments existeixen gairebé dos centenars de centres dedicats, totalment o parcialment, a la documentació sobre fenòmens comunicatius: biblioteques, hemeroteques, filmoteques, fonoteques, videoteques o mediateques. No obstant això, tan sols alguns poden ésser considerats com a centres especialitzats en sentit estricte (Jones, 1995a, 1995c).

Les biblioteques més importants del país són, sense cap dubte, les de les facultats de Ciències de la Informació més antigues —Madrid, Bellaterra,

16. L'Escola Elisava edita des del 1986 la revista *Temas de Diseño*, dedicada preferentment a qüestions de disseny gràfic, imatge visual, semiòtica, teoria de la comunicació i cultura de masses; publica els seus textos en català, castellà i anglès.

Pamplona i Lejona—, que tenen a hores d'ara uns fons d'uns quants milers de volums i de centenars de revistes especialitzades vives, tant professionals com acadèmiques. Tenen, en general, una visió pluridisciplinària i atresoren documentació sobre tots els mitjans de comunicació i indústries culturals, amb amplis fons espanyols, europeus i americans (Jones, 1987).

Els especialistes en comunicació audiovisual —en particular la ràdio, la televisió i el vídeo— compten amb la biblioteca de l'Instituto Oficial de Radio y Televisión (a Madrid)¹⁷, mentre que els de cinematografia disposen de dipòsits importants, entre els quals cal destacar la Biblioteca del Cinema Delmiro de Caralt (creada el 1924 a Barcelona) i les de la Filmoteca Española (a Madrid) i la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya (a Barcelona).

Per la seva part, el periodisme, la publicitat, la propaganda política, les relacions públiques, la indústria editorial i la documentació, per exemple, compten amb biblioteques específiques —algunes de les quals són força importants— a diferents ciutats del país, però preferentment a Madrid i a Barcelona.

A més dels fons bibliohemerogràfics esmentats, Espanya posseeix tres serveis de documentació especialitzats en el camp de la comunicació social. El 1976 començà la seva tasca, de caràcter sistemàtic i científic, el centre IBERCOMNET, creat al si de la Universidad Complutense de Madrid. Des d'aquest mateix any ha anat publicant periòdicament la bibliografia espanyola de comunicació social, seguint les directrius de la UNESCO, i s'ha integrat a la xarxa mundial COMNET com a representant espanyol¹⁸.

Poc després, el 1980, FUNDESCO —una fundació dependent de Telefònica—, de Madrid, creà el seu propi banc de dades especialitzat en noves tecnologies de la comunicació audiovisual, on s'ha aplegat al llarg de més d'una dècada un material documental de gran utilitat i actualitat.

Malgrat això, els dos centres s'especialitzaren fonamentalment en tasques de referència bibliohemerogràfica, i no en documentació sobre l'activitat investigadora de persones i institucions. Per aquest motiu, el CEDIC —fundat per la Generalitat de Catalunya el 1987— considerarà des d'un començament que una de les seves activitats principals hauria d'anar encaminada a la creació d'un banc de dades que fes el cens de manera exhaustiva de les institucions i persones a tot Espanya, i també d'una selecció de l'estranger i, a més, registrés tota la producció biblio-hemerogràfica catalana en aquest camp.

Amb aquesta finalitat, es va posar en marxa el banc de dades COMCAT, especialitzat en documentació sobre els estudis dels fenòmens comunicatius.

17. La biblioteca de la delegació de l'IORTV a Barcelona fou tancada el 1992, però hi ha negociacions per a la seva cessió com a dipositària a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

18. Així mateix, al costat d'altres institucions llatinoamericanes —CIESPAL (Equador), INTERCOM (Brasil), IPAL (Perú), Instituto de Comunicación y Desarrollo (Uruguai), CONEICC, ILCE y la Universidad de Colima (Mèxic)— ha constituït la Red Latinoamericana en Ciencias de la Información, i ha creat un CD-ROM amb bibliografia especialitzada en llengües espanyola i portuguesa.

Els seus objectius han estat, principalment, aplegar, distribuir i intercanviar informació de referència entre persones i institucions del país i de fora interessades en aquests temes. És a dir, que aquest servei va decidir centrar la seva activitat a les tasques no cobertes per d'altres institucions —a fi d'evitar duplicitats—, i s'ha dedicat fonamentalment a aplegar informació bibliogràfica, factual i de referència sobre comunicació social¹⁹.

Més recentment, a la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla s'ha posat en marxa el Centro de Documentación e Información para la Investigación en Comunicación y Cultura (HISPACOM), el qual ha començat a publicar el 1992 una *Bibliografía española de la comunicación*, a partir de fonts hemerogràfiques.

3.3. Centres d'investigació

Fins fa poc, la recerca sobre comunicació social a Espanya ha estat obra de persones aïllades, amb una feina encomiable però de vegades amb uns resultats molt minsos. No va ser fins als anys setanta quan van començar els primers treballs en equip, sota l'empareda d'institucions públiques i privades que van promoure i finançar aquesta tasca (Moragas, 1981, 1986, 1988, 1990).

De fet, les institucions pluridisciplinàries que tenen una trajectòria més destacada en aquest camp són les ja esmentades facultats de Ciències de la Informació, que en les dues darreres dècades han donat a llum uns quants centenars de tesis de llicenciatura i de doctorat. A més, han auspicat revistes acadèmiques, tal i com s'ha dit abans, que han permès la publicació de nombrosos estudis de llurs professors respectius.

D'altra banda, el cos docent ha pogut participar en diferents projectes d'investigació —sobre diferents mitjans de comunicació i perspectives teòriques—, en col·laboració amb d'altres institucions —públiques, privades, nacionals o estrangeres—, que han donat com a resultat l'aparició de diversos estudis, alguns dels quals són de molta importància.

D'altres facultats, com les citades de Geografia i Història o les de Belles Arts, han complert també una tasca investigadora destacada, sobretot al camp de la historiografia cinematogràfica i de la teoria de la comunicació visual i audiovisual, respectivament.

Fora de la Universitat, diferents entitats privades i públiques han donat suport a investigació o bé l'han realitzada directament. Entre les primeres cal referir-se a la més important del país —FUNDESCO—, que des de fa més d'un quart de segle es dedica a la investigació sobre comunicació audiovisual i noves

19. Els darrers anys, el CEDIC ha publicat diferents repertoris documentals, entre els quals hi ha el *Directori espanyol d'investigació en comunicació 1991*, el *Directori llatinoamericà d'investigació en comunicació 1993*, la *Bibliografía sobre comunicació social: vint anys de recerca a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1972-1992*, i el *Directori espanyol d'investigació en comunicació 1995*, i el *Directori iberoamericà d'investigació en comunicació 1996*.

tecnologies a Espanya, i que publica unes quantes col·leccions de llibres, la revista *Telos* i un important informe anual²⁰.

Amb tota raó, d'entre les institucions que s'han dedicat preferentment a promoure la labor efectuada per diferents investigadors o equips d'estudiosos provinents en la major part de la universitat, s'hauria d'esmentar, per exemple —a més de les pròpies administracions central, autonòmica i local—, el Centro de Investigaciones Sociológicas, l'IORTV, i l'Asociación de Editores de Diarios Españoles²¹ (de Madrid); el CEDIC, l'Institut d'Estudis Catalans, la Fundació Jaume Bofill, el Centre d'Estudis de Planificació, el Centre d'Estudis Olímpics, el Col·legi de Periodistes de Catalunya²² i l'Institut del Cinema Català (de Barcelona), i l'ens públic Radiotelevisió Valenciana i la Fílmoteca de la Generalitat Valenciana (de València).

Aquestes institucions han promogut, i generalment també han publicat, investigacions comunicatives sobretot des de la perspectiva històrica, sociològica, econòmica, cultural i lingüística. En particular, el CEDIC, per exemple, ha realitzat, ha encarregat o ha patrocinat en l'última dècada moltes dotzenes d'investigacions específiques, una cinquantena de les quals ja han estat publicades com a llibres. També col·labora a l'edició de nombroses revistes catalanes de l'especialitat.

D'altra banda, el col·lectiu d'estudiosos espanyols de la comunicació social s'ha anat agrupant als voltants de diferents associacions de caràcter no tan sols professional, sinó que al mateix temps realitzen activitats de promoció i de difusió de la investigació. Aquest és el cas, per exemple, de l'Asociación de Investigadores de la Comunicación del Estado Español (AICE)²³, a Madrid, o la Societat Catalana de Comunicació²⁴, a Barcelona, que reuneixen un centenar d'investigadors cadascuna i que, a més de publicar revistes acadèmiques, organitzen jornades i seminaris sobre l'especialitat.

20. Des del 1985, FUNDESCO publica *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, que és probablement la millor revista sobre comunicació audiovisual en llengua castellana, i compta amb importants col·laboracions nacionals i estrangeres. Així mateix, des del 1989 publica l'anuari *Comunicación social / tendencias*, que analitza la conjuntura del sistema mediàtic espanyol i del seu context europeu.

21. Publica des del 1979 la revista semestral *AEDE*, que conté reflexions teòriques en defensa de la llibertat d'expressió i dels interessos empresarials de la indústria periodística espanyola.

22. El Col·legi de Periodistes de Catalunya inicià el 1984 una nova etapa de la revista *Annals del Periodisme Català* —editada inicialment durant la II República els anys trenta—, que s'ocupa preferentment de reflexionar sobre l'activitat periodística, tant des de la perspectiva professional com des de la jurídica, històrica, econòmica o sociològica. Encara que amb una concepció més professionalista, edita també *Capçalera*, des del 1989.

23. L'AICE editava des del 1988 la revista *CINCO*, de caràcter teòric, però ha deixat de sortir ja fa temps. La pròpia associació passa un moment delicat i és possible que deixi d'existir.

24. La Societat Catalana de Comunicació fundà el 1989 l'anuari *Periodística*, dedicat als estudis sobre teoria i història del periodisme. La mateixa entitat ha posat en circulació una altra revista acadèmica el 1991 que es diu *Treballs de Comunicació*, que dona a conèixer les activitats de la institució, a més de treballs teòrics produïts pels seus membres. Així mateix ha llençat l'edició dels anuals *Cinematògraf* (el 1993) i *Gazeta* (el 1994), sobre història de la cinematografia i de la premsa, respectivament.

D'altres institucions d'aquest caràcter són *Film Historia*²⁵ i l'Asociación Española de Historiadores del Cine —que apleguen diferents especialistes en historiografia cinematogràfica—, la Sociedad Española de Periodística —especialitzada en teoria i anàlisi del periodisme— i l'Asociación Española de Historiadores de la Comunicación.

Existeix, també, un col·lectiu d'investigadors llatinoamericans i catalans que des del 1990 edita la publicació teòrica *Voces y Culturas*, la qual analitza els mitjans de comunicació dels dos costats de l'Atlàntic, des d'una perspectiva sociològica crítica.

4. Línies d'investigació més desenvolupades

Durant el segle xx, diferents investigadors espanyols s'han interessat pels estudis sobre comunicació, tot i que en un principi ho han fet amb un propòsit essencialment documental i descriptiu. No obstant això, des del 1980 es va produir una expansió important —tant qualitativa com quantitativa— dels estudis, d'acord amb l'evolució política, social, econòmica i cultural del país, i amb el desenvolupament del propi sistema comunicatiu (Caffarel, Domínguez i Romano, 1989; Cáceres i Caffarel, 1992; Jones, 1993b, 1995c).

4.1. Expansió i professionalització

Però fou a partir de la creació de les facultats de Ciències de la Informació als anys setanta, quan començaren a perfilar-se treballs acadèmics —que han culminat en tesis de llicenciatura i doctorat, en estudis col·lectius o en articles, llibres, informes o ponències—, que analitzen, amb més o menys encert, l'evolució, les característiques i els efectes dels fenòmens comunicatius contemporanis.

Aquesta expansió que s'ha produït a partir dels anys vuitanta obeeix a una sèrie de causes, entre les quals es poden esmentar les següents: consolidació de les llibertats polítiques, transformacions tecnològiques, aparició de nous béns i serveis mediàtics i creixement del mercat comunicatiu, sobretot per l'aparició de la televisió privada. Consegüentment, s'ha produït un més gran interès social per aquests temes i un augment de la demanda per part de joves interessats a professionalitzar-se en alguna de les especialitats de la comunicació social. De forma paral·lela, la universitat espanyola s'ha transformat i ha exigut al seu personal docent més especialització i professionalització acadèmica, i li ha demanat la realització de treballs d'investigació per poder consolidar la seva situació laboral.

Aquests fenòmens de caràcter divers i heterogeni han provocat un creixement numèric i una professionalització per part dels investigadors espanyols. Com a resultat, s'ha produït un augment del nombre de tesis de llicenciatura

25. Aquesta associació publica des del 1991 la revista *Film Historia*, que recull articles teòrics sobre història i teoria de la cinematografia.

i de doctorat, proliferació de tot tipus de congressos²⁶, jornades i simposis, un augment de l'edició de llibres especialitzats i, com ja s'ha vist, l'aparició i la consolidació d'algunes revistes acadèmiques.

Existeixen diverses editorials privades que disposen de col·leccions específiques sobre comunicació social i que publiquen alguns centenars de llibres anuals, tant d'autors espanyols com estrangers. Entre elles, poden citar-se les madrilenyes Akal, Eudema, Forja, Fragua, Paraninfo, Piràmide, Rialp, Taurus i Tecnos, i les barcelonines Ariel, Bosch, Gustavo Gili, Paidós, Pòrtic i ESRP-PPU. Per la seva part, diferents institucions públiques compten amb una producció bibliogràfica important en aquesta especialitat: la Universidad Complutense i l'IORTV, a Madrid; el CEDIC, a Barcelona; la Universidad del País Vasco, a Lejona, i la Filmoteca de la Generalitat Valenciana, a València, i entre les institucions privades cal destacar FUNDESCO, a Madrid; el Col·legi de Periodistes de Catalunya, a Barcelona, i la Universidad de Navarra, a Pamplona.

Els autors més traduïts són, tradicionalment, nord-americans, britànics, francesos i italians, és a dir, els que influeixen més sobre els espanyols. Poques vegades es publiquen textos d'autors llatinoamericans —només els més reconeguts internacionalment—, tot i que el mercat de l'altra banda de l'Atlàntic sigui interessant per les editorials espanyoles, sobretot per aquelles que publiquen manuals professionals. Alguns professors de les principals universitats han creat les seves pròpies editorials per publicar manuals destinats als estudiants. Però els llibres acadèmics de l'especialitat —de la mateixa manera que les revistes— es venen poc i es fotocopien cada vegada més.

De tota manera, existeix una escassa repercussió a l'estranger de la tasca portada a terme per la investigació espanyola sobre comunicació social. Això s'adverteix en una sèrie d'indicadors com, per exemple, que pràcticament no es tradueixen llibres d'autors espanyols a d'altres llengües, que aquests dirigeixen molt poques investigacions internacionals i que amb prou feines participen en aquest tipus de treball col·lectiu i, a més, que no acostumen a publicar textos en revistes acadèmiques internacionals²⁷.

4.2. Anàlisis més destacades

La varietat de les anàlisis realitzades en aquests darrers anys abasta, a més de la història, la política i l'estructura de la comunicació a Espanya, altres perspectives diferents com ara la comunicació internacional, les anàlisis de contingut, la investigació teòrica i metodològica i també l'aplicada al camp professional dels comunicadors socials (especialment periodistes i publicitaris).

26. El 1988 se celebra a Barcelona el 16è Congrés Internacional de l'AIERI-IAMCR —sota el lema «Comunicació social i identitat cultural»—, que va aplegar mig miler d'experts d'arreu del món.

27. Entre les excepcions podrien citar-se alguns autors que han publicat llibres en d'altres països, com ara Carmelo Garitaonandía, Josep Gifreu, Romà Gubern, José Luis Martínez Albertos, Miquel de Moragas, Alejandro Pizarroso Quintero, Emilio Prado, Alfonso Sánchez-Tabernero, Enric Saperas i Lorenzo Vilches.

La mancaça d'espai impedeix de fer referència aquí al conjunt de la producció bibliohemerogràfica espanyola en el camp de la comunicació social — d'uns quants milers de documents —, raó per la qual tan sols s'apunten a continuació les qüestions que han interessat preferentment als investigadors espanyols, classificades segons diferents tipus d'aproximació teòrica.

4.2.1. Història

Entre els estudis de caràcter històric destaquen els que es refereixen al cinema, la ràdio, la televisió i la premsa. S'han publicat moltes obres sobre història de la cinematografia, tant nacional com regional, generalment cenyides a un període concret. Sobresurt la tasca d'autors com ara Josep Maria Caparrós Lera i Miquel Porter Moix (de la Universitat de Barcelona); Román Gubern (de la Universitat Autònoma de Barcelona), i Ángel Luis Hueso Montón (de la Universidad de Santiago de Compostela).

La bibliografia sobre història de la publicitat, la propaganda política o la ràdio és escassa. De pocs anys ençà, a més d'algunes obres generals se n'han editat d'altres sobre els orígens i sobre el període franquista, a les quals s'haurien d'afegir diversos estudis monogràfics sobre emissores radiofòniques. Convé recordar les aportacions de Jesús Pizarroso Quintero (de la Universidad Complutense de Madrid), en el cas de la propaganda, i d'Ángel Faus Belau (de la Universidad de Navarra), Rosa Franquet (de la Universitat Autònoma de Barcelona), Carmelo Garitaonandía (de la Universidad del País Vasco), i els investigadors Lorenzo Díaz i Luis Ezcurra Carrillo, en el de la radiodifusió.

Sobre història de la televisió han aparegut algunes monografies que expliquen el paper que han tingut les emissores públiques regionals, però falta una obra global acadèmica que arribi fins a l'actualitat. Els treballs més destacats són els de Josep M. Baget Herms (de la Universitat Pompeu Fabra); Jesús García Jiménez, Luis Gutiérrez Espada i el desaparegut Eduardo Gorostiaga (de la Universidad Complutense de Madrid) i de l'abans esmentat Lorenzo Díaz.

Sobre història de la premsa, la producció investigadora és força consistent. S'han publicat centenars d'estudis monogràfics sobre títols concrets i sobre diferents períodes històrics, tot i que gairebé sempre són referits a alguna regió, província o localitat. Dins la ingent producció sobre aquesta especialitat poden citar-se alguns autors actuals, como ara Celso Almuíña Fernández (de la Universidad de Valladolid); Jesús T. Álvarez Fernández, María Cruz Seoane i María Dolores Sáiz (de la Universidad Complutense de Madrid); Josep Maria Figueres, Josep Lluís Gómez Mompart, Enric Marín i Joan Manuel Tresserras (de la UAB); Jaume Guillamet (de la UPF); Carlos Barrera del Barrio (de la Universidad de Navarra); Antonio Laguna Platero i Andreu Martínez Gallego (del CEU San Pablo de València) a més dels recentment traspassats Ricard Blasco (de València) i José Altabella (de Madrid).

4.2.2. Política, economia i estructura

Les obres publicades sobre política, economia i estructura de la comunicació poden ser classificades segons els diferents «espais» comunicatius on se centren,

és a dir, el transnacional, l'estatal, el regional i el local, o si s'ocupen de tot el sistema de mitjans o bé d'algun d'específic.

Per exemple, sobre allò que s'ha anomenat «espai català de comunicació», que per a alguns autors comprèn estrictament el territori actual de Catalunya i per a d'altres el constituït pels diferents territoris que tenen la llengua catalana com a aglutinador cultural i històric —en especial Catalunya, Comunitat Valenciana, Balears, Andorra i Catalunya Nord—, s'ha publicat un conjunt important de treballs que donen cos a la que podria anomenar-se «Escola Catalana de Comunicació». Entre els representants més destacats d'aquesta escola correspon esmentar Joan M. Corbella i Josep Gifreu (de la UPF) i Miquel de Moragas (de la UAB).

Entre els textos que s'han dedicat a analitzar especialment la comunicació local, que darrerament ha adquirit un paper rellevant a Catalunya, cal fer referència als de premsa, ràdio i televisió, i indiscutiblement els produïts pels investigadors Jaume Guillamet (de la UPF) i Miquel de Moragas i Emili Prado (de la UAB).

Dins del corrent d'estudis sobre comunicació internacional, per cert poc desenvolupat, poden citar-se autors com ara Esteban López-Escobar i Pedro Lozano Bartolozzi (de la UNA), Josep Gifreu (de la UPF) i Marcial Murciano (de la UAB).

Els estudis específicament econòmics són escassos i s'ocupen dels fenòmens generals de concentració empresarial i transnacionalització, entre els quals destaquen autors com ara Enrique Bustamante (de la UCM); Bernardo Díaz Nosty (de la Universidad de Málaga); Rosario de Mateo Pérez (de la UAB); Alfonso Sánchez-Taberner (de la UNA), i Juan Carlos Miguel de Bustos i Ramón Zallo (de la UPV). També cal referir-se als estudis sobre empresa informativa d'Alfonso Nieto Tamargo (de la UNA), i Francisco Iglesias i José Tallón (de la UCM). De tota manera, les anàlisis sobre altres països —especialment europeus o americans— són força escassos.

4.2.3. Teoria i sociologia de la comunicació

Les obres especialitzades en teoria i sociologia de la comunicació i la cultura podrien ser subdividides, al seu torn, entre les que s'interessen preferentment per una perspectiva teòrica general i les que es dediquen a l'anàlisi específica de la llengua —sociolingüística—, a l'anàlisi d'audiències i efectes o al procés comunicatiu.

Són importants alguns treballs teòrics sobre cultura de masses o sobre l'ús social de la comunicació per part dels espanyols, així com enquestes públiques i privades sobre consums i equipaments culturals i comunicatius. Entre d'altres autors de diferents corrents poden citar-se Gonzalo Abril, Ángel Benito, Manuel Martín Serrano, Pedro Orive, José Luis Piñuel Raigada, Vicente Romano, Antonio Sánchez Bravo, Felicísimo Valbuena i José Vidal Beneyto (de la UCM), Jordi Berrio, María Dolores Montero, Miquel de Moragas, Manuel Parés i Maicas i Miquel Rodrigo (de la UAB); Enric Saperas (de la UPF), i Jorge Urrutia (de la Universidad de Sevilla).

A l'apartat específic de teoria de la imatge correspon indicar les aportacions d'Agustín García Matilla i Justo Villafañe (de la UCM); Jordi Pericot (de la UPF); Romá Gubern i Lorenzo Vilches (de la UAB); Santos Zunzunegui (de la UPV), i l'investigador català Joan Costa.

4.2.4. *Periodística*

Els estudis sobre periodística, centrats en la teoria i l'anàlisi del periodisme, s'han ocupat preferentment dels mitjans impresos i sobretot de la redacció, de l'anàlisi de contingut dels textos, dels diferents gèneres i de les rutines professionals. Alguns autors destacats són Hèctor Borrat i Llorenç Gomis (de la UAB); Josep Maria Casasús (de la UPF); Manuel Fernández Areal (actualment a la Universidad de Vigo), i José Luis Dader, José Luis Martínez Albertos o Luis Núñez Ladevéze (de la UCM).

4.2.5. *Tecnologia de la informació*

Des del punt de vista de les tecnologies de la informació, la producció bibliogràfica espanyola —promoguda fundamentalment per FUNDESCO—, no és gaire nombrosa i s'ocupa d'infraestructures i de nous mitjans. La iniciativa pública, paral·lelament, ha donat suport, també, a alguns «llibres blancs» especialitzats en infraestructures comunicatives, amb l'objecte de poder adoptar polítiques específiques. També, diferents investigadors s'han ocupat d'estudiar els nous mitjans de comunicació i llurs possibilitats actuals i futures: el vídeo, la televisió per satèl·lit, la televisió per cable, el teletext, el videotext, els grafismes electrònics o bé les característiques més destacades de la societat de la informació. Entre d'altres, es poden esmentar Adolfo Castilla i Emilio Llera (de FUNDESCO), Mariano Cebrián Herreros (de la UCM) i Emili Prado (de la UAB).

4.2.6. *Documentació*

A l'apartat específic de la documentació, els bancs de dades i la informació electrònica poden esmentar-se autors como ara Ernest Abadal i Maria Eulàlia Fuentes (de la UAB); Lluís Codina (de la UPF); Robert Coll Vinent (de la Universitat Ramon Llull), Antonio L. García Gutiérrez (de la Universidad de Sevilla); Emilia Currás i els germans José i Alfonso López Yepes (de la UCM); Eugenio Galdón (de la Universidad Europea de Madrid), i la investigadora catalana Núria Amat.

4.2.7. *Ètica, dret i comunicació política*

Les obres especialitzades en ètica i dret de la informació han estat força nombroses des de fa uns quants anys, en un país on ha calgut modificar tot el seu ordenament jurídic en aquest camp amb l'adveniment de la democràcia a final dels setanta. Els autors més rellevants en aquests temes són Porfirio Barroso Asenjo, José María Desantes Guanter, Enrique Gómez Reino, Teodoro González Ballesteros, Jesús González Bedoya i Francisco Vázquez Fernández (de la UCM); César Molinero (de la UAB); Carlos Soria (de la UNA), i Marc Carrillo i Lluís de Carreras (de la UPF).

Més recentment s'ha consolidat el corrent teòric sobre comunicació política, tot i que els estudis sobre opinió pública siguin força anteriors. Entre els principals autors es troben José Luis Dader, Cándido Monzón Arribas, Alejandro Muñoz Alonso, Javier del Rey i Juan Ignacio Rospir (de la UCM); José A. González Casanova i Lluís Badía (de la UBA), i Jordi Berrio i Manuel Parés i Maicas (de la UAB).

4.2.8. Educació

Des d'una perspectiva pedagògica, és a dir, del paper educador dels mitjans de comunicació, es pot dividir la recerca espanyola recent per mitjans segons si s'ocupa de la premsa, la ràdio, el cinema, la televisió o el vídeo. Entre d'altres autors, correspon citar Magda Albero, Mar de Fontcuberta i José Manuel Pérez Tornero (de la UAB); Joan Farrés (de la UPF), i Agustín García Matilla (de la UCM).

4.2.9. Publicitat, màrqueting i relacions públiques

Les anàlisis sobre publicitat, màrqueting i relacions públiques es desenvolupen considerablement, coincidint amb el creixement del mercat publicitari i les transformacions produïdes al si de les empreses espanyoles. A més de la perspectiva pròpiament creativa, s'han publicat moltes obres sobre organització, regulació i administració empresarial, però poques sobre història o economia. Destaquen autors com ara José Luis Arceo Vacas, José María de la Cuesta Rute, José Luis Piñuel Raigada i José Ramón Sánchez Guzmán, a més del recentment mort Juan Antonio González Martín (de la UCM); Mario Herreros Arconada, Antoni Noguero i Pere Soler (de la UAB), i altres investigadors catalans com ara Clemente Ferrer Roselló i Joan Costa.

5. Conclusions i tendències de futur

Els punts tractats aquí permeten de fer-se una idea sumària de quines són les línies d'investigació preferent al camp de la comunicació social a l'Espanya recent. Per això, encara que s'hagin exposat els trets generals al llarg d'aquestes pàgines, arribat el moment de sintetitzar es pot concloure que algunes perspectives teòriques es troben força desenvolupades com ara la sociologia de la comunicació i l'opinió pública, la política i l'estructura de la comunicació —particularment a Catalunya—, la història de la premsa i de la cinematografia, la periodística, la sociosemiòtica i les anàlisis de contingut. Però n'existeixen d'altres que encara es troben en potència, com per exemple les perspectives econòmica, psicològica, artística o antropològica. Quant a les investigacions sobre nous mitjans i serveis, i sobre tecnologies electròniques, són incipients perquè els esforços s'han centrat preferentment en mitjans tradicionals, tant impresos com audiovisuals.

Una altra conclusió que es pot treure és que la investigació sobre els fenòmens comunicatius a Espanya està essencialment centrada en el sistema mediàtic. Això és conseqüència dels condicionaments que hi ha hagut en la pròpia

creació i evolució de les facultats de Ciències de la Informació, dedicades a la formació professional de comunicadors socials. Aquest fet ha afavorit, per exemple, els estudis de tipus hemerogràfic o històric i les anàlisis de contingut, d'audiències i d'efectes dels mitjans, la qual cosa ha fet negligir altres facetes de la comunicació humana.

Es pot dir que aquest interès per la formació i el reciclatge professional ha contribuït a la proliferació de tot tipus de cursos, seminaris, simposis i masters d'especialització en totes les branques d'activitat dels comunicadors socials —des de l'esport fins a l'economia passant per la ciència— i, cada vegada més, a l'obertura de nous centres privats —alguns d'origen americà— dedicats a la formació de tècnics en periodisme, publicitat, relacions públiques i màrqueting.

Paral·lelament, sembla com si s'estigués produint una frenada en la investigació teòrica, després de l'augment important dels últims anys. Per causa de la creixent funcionarització i burocratització del professorat universitari espanyol, una part d'aquest col·lectiu pot haver perdut interès per encetar nous estudis i obrir altres perspectives al coneixement. Però no és tan sols això, sinó que n'hi ha alguns, que han arribat a la titularitat o fins i tot a la càtedra —màxim nivell acadèmic— força joves, per la qual cosasuposen un tap per a les noves generacions d'estudiosos, que poden quedar marginats a papers subsidiaris o comdenats a abandonar la investigació per causa de la falta de perspectives professionals, l'escassetat de beques i les poques possibilitats d'assolir una integració laboral satisfactòria.

En resum, es pot dir que el balanç dels darrers anys d'investigació sobre comunicació a Espanya és bastant positiu i que les diferents anàlisis realitzades són completament homologables amb les de qualsevol país d'Occident. Però encara queden moltes parcel·les i perspectives teòriques per estudiar, i períodes històrics per cobrir.

Aquesta tasca, segurament, serà cada vegada més difícil d'abordar des de projectes individuals, raó per la qual s'haurà d'acudir a equips interdisciplinaris i internacionals, per tal d'evitar tot tipus d'aïllament, tant teòric com geogràfic. Per aquesta raó serà necessari treballar en les anàlisis de la realitat comunicativa espanyola comptant amb la col·laboració d'experts d'altres àrees científiques, i també s'hauran d'emprendre nous projectes en col·laboració amb d'altres equips d'investigadors internacionals. Uns fenòmens comunicatius cada vegada més complexos així ho exigeixen.

6. Bibliografia

- ÁLVAREZ, Macu (1993). «Communication studies in Spain: an individual perspective», a David FRENCH i Michael RICHARDS (eds.). *Media Education Across Europe*. Londres: Routledge, p. 46-63.
- BERRIO, Jordi (dir.) (1997). *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya: estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*. Bellaterra: UAB, 335 p.

- BORRAT, Hèctor (1990). «El debat entre professionalistes i comunicòlegs», *Annals del Periodisme Català*, núm. 16. Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, gener-juny, p. 54-63.
- CÁCERES, María Dolores; CAFFAREL, Carmen (1993). «La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990», a *La investigación en la comunicación*. Madrid: AICE, p. 23-30.
- CAFFAREL, Carmen; DOMÍNGUEZ, Milagros; ROMANO, Vicente (1989). «El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)», *CINCO*, núm. 3. Madrid: AICE, maig-agost, p. 45-57.
- GIFREU, Josep (1988). «Mass Communications Research in Catalunya», *Anàlisi*. Bellaterra: Facultat de Ciències de la Informació de la UAB, 140 p.
- HERREROS ARCONADA, Mario (1994). «Presente y futuro de la investigación publicitaria», *Área 5*, núm. 3. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, febrer, p. 78-89.
- JONES, Daniel E. (1987). «Breve panorama de las bibliotecas españolas especializadas en comunicación», *Documentación de las Ciencias de la Información*, núm. 11. Madrid: Universidad Complutense, p. 117-129.
- (1993a). «Las revistas teóricas sobre comunicación en los países latinos», a *Anàlisi*, núm. 15. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, desembre, p. 149-159.
- (coord.) (1993b). *Bibliografía sobre comunicació social: vint anys de recerca a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona / 1972-1992*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 249 p.
- (1994). «Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta», a *Cultura i comunicació social: Amèrica Llatina i Europa ibèrica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, p. 87-99.
- (coord.) (1995a). *Directori espanyol d'investigació en comunicació 1995*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 589 p.
- (1995b). «Investigaciones sobre el mercado comunicativo español en el contexto europeo», *Situación*, núm. 4. Bilbao: Servicio de Estudios del BBV, p. 295-312.
- (coord.) (1995c). *Fuents d'informació sobre comunicació i documentació periodística a Espanya: selecció d'institucions, persones i bibliografia*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 285 p.
- MARQUES DE MELO, José (1989). «A formação de jornalistas na universidade espanhola», *Comunicações e Artes*, núm. 22. São Paulo: Universidade de São Paulo, novembre, p. 83-90.
- MORAGAS, Miquel de (1981). *Teorías de la comunicación: estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili, 362 p.
- (1986). «Europa Sur: desequilibrios teóricos y geográficos», *Telos*, núm. 7. Madrid: FUNDESCO, setembre-novembre, p. 62-83.
- (1988). «Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual», *CINCO*, núm. 1. Madrid: AICE, juny, p. 11-19.
- (1990). «Delante de los negocios, detrás de los acontecimientos: nuevos problemas de la sociología de la comunicación de masas en España (1986-1990)», *Telos*, núm. 22. Madrid: FUNDESCO, juny-agost, p. 58-64.
- PARÉS I MAICAS, Manuel; BADÍA, Lluís; IZASKUN, M. Araiko (1988). *Spanish Bibliography on Mass Communication: With a Profile on the Main Spanish Academic and Scientific Institutions in the Field of Mass Communication*. Bellaterra: Facultat de Ciències de la Informació de la UAB, 304 p.

- PARÉS I MAICAS, Manuel (1995). *El sistema comunicativo español: estructura, formación de los profesionales e investigación*. Bellaterra: Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, 31 f.
- URABAYEN, Miguel (1994). «La investigación sobre comunicación social en España: panorama general», a *Cultura i comunicació social: Amèrica Llatina i Europa ibèrica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, p. 81-86.
- VIGIL Y VÁZQUEZ, Manuel (1987). *El periodismo enseñado: de la Escuela de «El Debate» a Ciencias de la Información*. Barcelona: Mitre, 326 p.