



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 12º – 3ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad y Departamento de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#)

38071 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Investigación](#) – [forma de citar](#) – [informe revisores](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)

DOI: [10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14](#)

## La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales [✉]

The Communication Research in Spain. Historical evolution and current challenges

**Dr. Manuel Martínez Nicolás** [[C.V.](#)] Profesor de la Universidad Rey Juan Carlos, URJC, Madrid - [manuel.martinez.nicolas@urjc.es](mailto:manuel.martinez.nicolas@urjc.es)

**Resumen:** En este trabajo se propone una aproximación a la historia de la investigación sobre comunicación en España poniendo en relación la *producción científica* con las características, estructura y condiciones históricas en las que ha desempeñado su trabajo la *comunidad científica* interesada en este ámbito. Para ello, se establece un marco temporal que arranca en el momento de la constitución de la *comunicación* como campo de investigación (y de docencia) autónomo, a mediados de la década de los sesenta, y llega hasta la actualidad. Consideramos que en el curso de este periodo pueden distinguirse no menos de tres etapas, que convencionalmente se han denominado de emergencia, consolidación y desarrollo (o maduración) de los estudios sobre comunicación en España. En cada una de estas etapas, la comunidad científica interesada en la investigación comunicativa se ha desenvuelto en contextos sociales, institucionales (esto es, académicos) y propiamente epistemológicos o científicos diferentes, y esas particulares condiciones contribuyen a explicar las opciones u orientaciones diversas que históricamente ha ido tomando la investigación sobre comunicación en España (objetos de estudio, enfoques teórico-metodológicos, aportaciones y carencias).

**Palabras clave:** Investigación sobre comunicación; historia; España; comunidad científica.

**Abstract:** We propose in this paper an approach to the history of Communication Research in Spain, taking into account the *scientific production* and the structure and historical context in which the *scientific community* interested in this field have performed their work. For this task we have established a temporary frame beginning from the moment *communication* became an autonomous field of research and education in Spain, during the mid-sixties, until present time. This period has been divided into three stages, typically defined as emergence, consolidation and development (or maturing) of communication studies in Spain. In each of these stages, the scientific community interested in communication research have worked in different social, academic and epistemic or scientific contexts. These particular conditions contribute to understanding the different orientations which have inspired historical communication research in Spain (research objects, theoretical and methodological approaches, contributions and limitations).

**Key Words:** Communication research; history; Spain; scientific community.

**Sumario:** 1. Para una historia de la investigación sobre comunicación en España: pertinencia, propósito y perspectiva.. 2. *Emergencia*. El surgimiento de la *comunicación* como campo disciplinar (1965-1980). 2.1. Condiciones históricas. 2.2. Estructura de la comunidad científica. 2.3. Orientación general de la investigación. 3. *Consolidación*. Explosión de la comunicación y *agitación* en el campo (1980-1995). 3.1. Condiciones históricas.3.2. Estructura de la comunidad científica. 3.3. Orientación general de la investigación. 4. *Desarrollo*. Diversidad, reconocimiento y retos actuales (1995 en adelante). 4.1. Condiciones históricas. 4.2. Estructura de la comunidad científica. 4.3. Retos que afrontar y sugerencias. 5. Referencias bibliográficas. 6. Notas.

**Summary:** 1. Towards a history of Communication Research in Spain: Importance, purpose and perspective. 2. Emergence.

The rise of Communication Research as a disciplinary field (1965-1980). 2.1. Historical context. 2.2. Structure of the scientific community. 2.3. Main features of the scientific production. 3. Consolidation. Increased interest of communication and the ferment in the field (1980-1995). ). 3.1. Historical context. 3.2. Structure of the scientific community. 3.3. Main features of the scientific production. 4. Development. Diversity, recognition and current challenges. 4.1. Historical context. 4.2. Structure of the scientific community. 4.3. Current challenges and suggestions. 5. Bibliography. 6. Notes.

Traducción supervisada por la Dda. **María Teresa Durán Sánchez** (ULPGC)

En recuerdo de Daniel Jones

## 1. Para una historia de la investigación sobre comunicación en España: pertinencia, propósito y perspectiva [1]

La investigación española sobre comunicación no ha sido pródiga en tomarse a sí misma por objeto de estudio y reflexionar sobre sus intereses de conocimiento y prácticas científicas, sobre los saberes que genera, las aportaciones realizadas, las carencias en que incurre o las condiciones en las que las que trabajan los investigadores. No ha sido pródiga, pues, en el ejercicio sistemático y continuado de la *crítica de la investigación*; esto es, en la valoración rigurosa del trabajo que venimos realizando desde hace no menos de cuarenta años para detectar las fortalezas que atesoramos y las debilidades que nos aquejan. Y ese es un esfuerzo que el ya notable desarrollo de los estudios de comunicación en España está volviendo inaplazable.

Ciertamente, contamos con un valioso elenco de contribuciones que desde finales de los ochenta han venido abordando el *estado de la investigación* sobre comunicación en España, [2], pero con una serie de limitaciones que merman aquella función de acicate, de estímulo, que debe tener la *crítica*. En primer lugar, porque estos trabajos no han solido ir, por lo general, mucho más allá de indicar *qué investigamos*, a qué temas, tópicos u objetos dedicamos atención y cuáles otros descuidamos. Pero, excepto en algunos casos, [3] no están planteados con una orientación *valorativa*, que requeriría evaluar en profundidad los diferentes dominios o ámbitos temáticos de nuestra investigación para determinar la validez de los enfoques teóricos a los que recurrimos, el rigor en el uso de las estrategias metodológicas, los resultados que estamos alcanzando, las aportaciones al progreso del conocimiento en este campo, las carencias detectadas y, más importante, el modo de paliar las deficiencias que logremos identificar. Es este tipo de indagación valorativa el único esfuerzo que merece con propiedad la consideración de *crítica*.

Por otro lado, buena parte de los trabajos sobre la investigación comunicativa española vienen a ser una especie de cata o sondeo puntual del *estado de la cuestión* en un momento determinado, con un descuido casi sistemático de cualquier perspectiva *histórica*. La *historia* de la investigación de la comunicación en España es algo todavía pendiente de ser pensado y escrito, y casi nos atrevemos a afirmar que desde el breve esbozo trazado por Moragas (1981) [4] hace ya un cuarto de siglo largo no ha habido intento alguno por continuar una *historia* que Moragas deja, necesariamente, a finales de los setenta, justamente cuando se inicia el desarrollo sostenido de los estudios sobre comunicación en nuestro país. Los perjuicios intelectuales ocasionados por el olvido de esta perspectiva histórica no se limitan sólo a eso, a que no dispongamos aún de esa *historia* que echamos en falta, sino que, debido a esta carencia, cualquiera de aquellas catas o sondeos puntuales suele revelar un panorama cuya razón de ser se nos escapa por resistirnos a mirar atrás. Se hace *historia* para revelar orígenes, continuidades, rupturas, caminos ya transitados, líneas abandonadas o problemas no bien explorados. Constatar que *estamos aquí*, en esta situación concreta, es un ejercicio casi banal si no entendemos *cómo hemos hecho* para haber llegado a tal situación y no a otra distinta. Esto es lo que puede aportar una mirada histórica, y es ahí donde *historia* y *crítica* de la investigación tienen un espacio de encuentro.

Partiendo de tales ideas y consideraciones, aquí pretendemos realizar una aproximación a la historia de la investigación sobre comunicación en España en los últimos cuarenta años, desde mediados de la década de los 60 hasta la actualidad. Ahora bien, nos interesa esbozar esa historia de forma que podamos avanzar alguna respuesta, por preliminar que sea, a la cuestión de *por qué* la investigación comunicativa española ha evolucionado (o ha transcurrido) en este periodo del modo en que lo ha hecho. No queremos limitarnos, pues, a señalar si ha ido tomando unas u otras orientaciones en distintos momentos; o si se ha decantado por unos u otros objetos de estudio; o si ha ido abrazando o abandonando unos u otros enfoques teórico-metodológicos. Eso está bien; pero está mejor si además ofrecemos argumentos para comprender, reiteramos, *por qué razón* ha sucedido eso y no otra cosa.

Interrogarnos sobre la investigación realizada con un propósito explicativo (saber no sólo *qué* trayectoria hemos seguido, sino *por qué* ésa y no otras) nos obliga a ir más allá del estudio de la *producción científica* (el acervo amplísimo de los trabajos, las obras, los textos publicados) para dar entrada a un segundo objeto de análisis: la *comunidad científica*. El concepto de *comunidad científica* fue propuesto por Thomas S. Kuhn [5] para señalar que cualquier disciplina se halla materialmente soportada por una comunidad de individuos interesados en el desarrollo de la misma, y que trabajan en el marco de unas determinadas condiciones o circunstancias históricas. Como hemos dicho en otro lugar (Martínez Nicolás, 2006: 140), reclamando atención para la *comunidad científica* la epistemología historicista de Kuhn se distancia de los planteamientos exclusivamente *lógicos* sobre la actividad científica del *racionalismo crítico* popperiano para dar cabida a los factores de índole subjetiva y contextual que influyen de manera directa en la tarea de producir *conocimiento científico*, y que ayudan a entender por qué la investigación que se hace en un cierto momento adquiere unas u otras orientaciones –problemas que interesan,

enfoques teórico-metodológicos prevalecientes, ideas desechadas o perspectivas rescatadas. Por esta razón, la búsqueda de explicaciones exige, de hecho, *articular*, poner en relación, ambos objetos, *producción científica* y *comunidad científica*, de modo que aquella –la *investigación* realizada– encuentre explicación en ésta, en las características y el contexto de quienes integran esa comunidad.

El análisis de una comunidad científica requiere, pues, tomar en consideración dos elementos. De un lado, debemos dar cuenta de las *condiciones históricas* en las que desempeñan su tarea los investigadores, distinguiendo aquí al menos tres ámbitos: el *contexto social*, incluyendo, por su influencia específica sobre la investigación de la comunicación, lo referente al estado y evolución del sistema comunicativo; el *contexto institucional*, entendiendo por tal el marco académico –centros de docencia e investigación; legislación universitaria; iniciativas editoriales; circuitos para la difusión de los resultados; etc.– en el que se inscriben quienes forman parte de una comunidad científica; y el *contexto epistemológico*, o propiamente *científico*, conformado por el estado general de los saberes en una disciplina o campo disciplinar en un momento determinado –líneas de investigación abiertas, perspectivas teórico-metodológicas privilegiadas o en desarrollo, debates que concentran el interés de los científicos, etc. El análisis que pretendemos aquí quedaría incompleto si no atendiésemos también a la *estructura interna* de la comunidad científica, abordando aspectos tan determinantes para comprender la *producción científica* como la procedencia, formación o adscripciones epistemológicas de los investigadores. El estudio de la *estructura interna* de una comunidad científica deshace cualquier ilusión de que ésta sea una especie de conglomerado homogéneo de investigadores, y revela la existencia, dentro de esa comunidad, de *sectores* o *grupos* específicos que comparten unas determinadas *actitudes epistémicas* básicas, algo que, por supuesto, no llega a ser un *paradigma* (Kuhn), ni probablemente tampoco un *programa de investigación* (Lakatos), pero que apunta en una dirección similar: maneras particulares de orientar la producción de conocimiento sobre un objeto determinado (la *comunicación*, en este caso).

Recapitulando: proponemos una primera aproximación a la historia de los estudios sobre comunicación en España articulando los dos planos que implica el concepto de *investigación* en el ámbito de la ciencia: *producción científica* y *comunidad científica*. Analizamos, por tanto, la evolución de la comunidad científica interesada en la investigación comunicativa entre mediados de los sesenta y la actualidad (entre 1965 y 2005, por poner fechas redondas) atendiendo a los cambios experimentados en el transcurso de ese periodo por las *condiciones históricas* en las que han venido trabajando sus miembros y por su *estructura interna*, y ponemos en relación esa evolución con la *producción científica* realizada en cada uno de los momentos o periodos que logremos identificar. Como el empeño es arduo y sobrepasa nuestra capacidad y conocimientos, nos limitaremos a señalar la *orientación general* que adquiere la investigación en cada uno de esos periodos; esto es, los grandes temas o dominios de investigación, y las perspectivas teórico-metodológicas más relevantes.

El análisis de todos los factores que aquí manejamos, relativos a la evolución de los contextos social, institucional y epistemológico, y a los cambios en la estructura interna de la comunidad científica, nos ha permitido, aunque de una forma todavía tentativa, distinguir no menos de tres periodos en la historia de los estudios sobre comunicación en España entre 1965 y 2005, y que proponemos identificar como etapas de *emergencia*, *consolidación* y *desarrollo*. La *emergencia* cubriría el periodo que va desde mediados de los sesenta a finales de la década de los setenta; la *consolidación* se produciría a lo largo de los ochenta, y vendría a cerrarse hacia mediados de los noventa; y desde entonces habríamos entrado en una etapa de *desarrollo* de la investigación sobre comunicación.

Toda periodización histórica es altamente convencional, por supuesto, y el criterio seguido habitualmente para segmentar el devenir continuo del tiempo es la irrupción de algún acontecimiento excepcional y decisivo –guerras, revoluciones, descubrimientos, etc.– que establecería una frontera más o menos nítida entre dos momentos de la vida de las sociedades humanas. Nada de eso puede ayudarnos en esta tarea de periodizar el discurrir de la investigación comunicativa, por lo que la propuesta que presentamos no deriva de una decisión *a priori* o *externa* al propio análisis, sino que es resultado de las evidencias aportadas *por* ese análisis. Lo que nos autoriza a marcar el agotamiento de una etapa y el inicio de otra es la constatación de que, en un cierto momento, comienzan a cambiar de manera significativa las condiciones sociales, institucionales y epistemológicas, y la estructura interna de la comunidad científica, y que esos cambios dejan su impronta en la investigación que se realiza en cada una de esas etapas.[6]

## 2. Emergencia. El surgimiento de la *comunicación* como campo disciplinar (1965-1980)

La perpetuación del régimen franquista impidió que en España se consolidase una mínima tradición científica de estudios sobre comunicación hasta el tercio final del siglo pasado. Hacia mediados de los sesenta, la dictadura empieza a relajar mínimamente el férreo control que había ejercido hasta entonces sobre el sistema cultural y comunicativo, y comienzan a darse a partir de entonces las condiciones sociales, académicas e intelectuales que permitirán el surgimiento de la investigación sobre comunicación como un campo disciplinar autónomo cultivado, a partir de ese momento, con criterios propiamente científicos y no aquéllos propagandísticos que dieran lugar a la entelequia bufonesca de una *doctrina española de la información*. [7]

### 2.1. Condiciones históricas

El *contexto social* en el que comienza a asentarse la investigación sobre comunicación en España está caracterizado, principalmente, por las consecuencias que depararía la *política de desarrollismo* puesta en marcha por el franquismo desde finales de la década de los 50. Esa política propugna el abandono del *autarquismo* y busca una progresiva apertura para reflotar

la economía española y mejorar la imagen internacional de la dictadura. Es entonces cuando empiezan a sentarse las bases de una *economía de mercado* y de una todavía incipiente *sociedad de consumo*, espoleadas también por la masiva entrada de divisas que proporciona la ingente emigración de obreros españoles a Europa y la conversión de España en destino turístico atractivo para las clases acomodadas europeas. El turismo y el *seiscientos* serán, justamente, los emblemas de la época. Empeñada en una cierta *modernización* del país, esa política *desarrollista* irá generando las condiciones necesarias para el arraigo de una *cultura de masas audiovisual* en España, con la creación en 1956 de Radiotelevisión Española y el fuerte crecimiento del sector publicitario en la década de los 60 (en 1964 se funda la Escuela Oficial de Publicidad), impulsada por el turismo y el consumo interior. Y en parte auspiciado por esa estrategia aperturista de la dictadura, algo comienza a moverse también en el ámbito periodístico, en una presión combinada desde arriba y desde abajo. Desde arriba, desde las empresas, por la relajación de las asfixiantes condiciones de la censura, que abocarán a las nuevas disposiciones que establecerá la Ley de Prensa de 1966. Desde abajo, desde los propios periodistas, por la dignificación de la profesión, y síntoma de esa actitud ya abiertamente beligerante será la fundación, también en 1966, del Grupo de Periodistas Democráticos.

Pero, sin duda, el acontecimiento fundamental para que fragüe en España una tradición científica de investigación sobre comunicación es la creación de las primeras facultades de Ciencias de la Información, en funcionamiento desde el curso 1971-1972 en las universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona y de Navarra, esta última regentada por la congregación religiosa *Opus Dei*. Las nuevas facultades sustituyen a las *escuelas oficiales* (de Periodismo, Publicidad, Cinematografía y Televisión) que hasta entonces se habían encargado de la formación de profesionales del sector de la comunicación. Pero, a diferencia de aquéllas, las facultades constituyen un *marco institucional* ya adecuado –o al menos más adecuado– para la emergencia de una comunidad científica. Primero, porque, como ha señalado Idoyaga (1990: 119), las facultades disfrutaban de un mayor grado de autonomía organizativa e intelectual, por lo que fue posible vadear en ellas la estricta orientación doctrinal impuesta a aquellas escuelas. Y, segundo, porque el acceso de los estudios de comunicación a un rango universitario genera una *estructura de oportunidades* para la *profesionalización académica* en este campo, con unos mecanismos de acceso, consolidación y promoción profesionales que exigen, necesariamente, comprometerse de forma activa en la investigación científica.

Este decisivo cambio *institucional* se produce en un *contexto epistemológico* caracterizado por una renovación generalizada de los estudios sobre comunicación procedente de dos líneas innovadoras que surgen con fuerza a finales de los sesenta y principios de los setenta. De un lado, en Europa, el empuje de la *semiótica*, que se postula como perspectiva teórico-metodológica bien afinada para el análisis de la emergente *cultura de masas* (Barthes, Eco, Dorflès, Greimas, Landowski, Morin, Verón, Fabbri...). De otro, la proliferación de nuevas propuestas desde las *ciencias sociales*, que superan el agotamiento de la *mass communication research* clásica (las aportaciones de Lazarsfeld, Lasswell, Berelson, Hovland y la escuela de Yale, Wright, Lewin...) desde finales de los cincuenta con renovadas líneas de trabajo sobre los efectos cognitivos de los medios (*knowledge gap*, *agenda-setting*, *usos y gratificaciones*...) y con la recuperación de tradiciones sociológicas minusvaloradas hasta entonces por el predominio abrumador del estructural-funcionalismo (notablemente, las escuelas *interpretativistas*: socio-fenomenología, etnometodología, interaccionismo simbólico, construccionismo...).

## 2.2. Estructura de la comunidad científica

En el momento de su emergencia, la comunidad científica española de investigadores de la comunicación está conformada por no menos de tres grupos o sectores de procedencias, formación y adscripciones epistemológicas diferentes, que darán lugar, como veremos, a *actitudes epistémicas* distintas a la hora de abordar el estudio de la *comunicación*. Las recién creadas facultades de Ciencias de la Información nutren su profesorado –y la comunidad científica sus investigadores, por tanto– recurriendo, primero, a docentes de las antiguas *escuelas oficiales*, que se incorporan ahora a los centros universitarios; segundo, licenciados y doctores con formación preferentemente en el ámbito de las Humanidades (filología, derecho, filosofía, lingüística, historia, estudios literarios...); y tercero, profesionales de la comunicación (periodistas, publicitarios y especialistas en cine y televisión) con alguna titulación universitaria, “generalmente Derecho o Filosofía y Letras”, apunta Gomis (Gomis *et al.*, 2002: 158).

Las diversas procedencia y formación de quienes integran el profesorado de las nuevas facultades, y la evidencia de que éstas nacen *para sustituir* a las *escuelas oficiales*, va a provocar en los años iniciales una pugna soterrada por definir el sentido en que debe orientarse la enseñanza y la investigación en estos centros universitarios. La comunidad científica comienza entonces a estructurarse según distintas líneas de fractura. Primero, entre *practicistas* y *teoricistas*. Para aquéllos, las facultades deben ser, fundamentalmente, centros para la formación de los profesionales de la comunicación, y la docencia –vale decir, los planes de estudio– y la investigación deben atender a ese propósito. Los *teoricistas*, por su parte, buscan trascender lo *estrictamente profesional* –lo estrictamente dirigido a la capacitación técnica para el ejercicio de las profesiones– para incluir en su horizonte docente e investigador objetos de estudio tales como la *comunicación* o la *cultura de masas*, sus dispositivos y sus discursos.

La segunda línea de fractura en la comunidad científica afectará, a nuestro parecer, a lo que aquí hemos llamado *teoricistas*, que nunca fue un sector homogéneo sino internamente diferenciado en, al menos, dos grupos. El de los que podemos denominar *comunicólogos*, interesados, como veremos a continuación, en fundamentar una especie de *ciencia de la comunicación* autónoma; y el de quienes, formados en el ámbito de las Humanidades, investigan sobre los fenómenos comunicativos desde los enfoques teórico-metodológicos que proporcionan disciplinas como la semiótica, la historia, el derecho o la filosofía. Por lo general, estos últimos nunca se reclamaron *comunicólogos*, más que nada porque no eran sino semióticos, historiadores, expertos en leyes y jurisprudencia o filósofos.



En cualquier caso, quizá el dato más relevante sobre la estructura de la comunidad científica en el momento de su constitución sea la escasa presencia en ella de investigadores procedentes de las *ciencias sociales* clásicas –de la sociología, la psicología, la ciencia política, la antropología o la economía–, probablemente por varias razones. Bien porque, también en proceso de consolidación con la apertura del final del franquismo, esas disciplinas no contaban con los excedentes que, en cambio, sí podían generar unas Humanidades tradicionalmente bien asentadas; bien porque la formación en las profesiones de la comunicación se asociase más a lo *humanístico* que a los saberes de las ciencias sociales; bien, en fin, porque el todavía paupérrimo desarrollo del sector de la cultura y la comunicación en España, lastrado por los rigores de la dictadura, le restase atractivo como campo fenomenológico de interés. El caso es que, quizá por todo esto junto, la investigación comunicativa española echará a andar casi al margen de aquella inusitada renovación de los estudios sobre comunicación emprendida a lo largo de la década de los setenta desde las ciencias sociales empíricas.

### 2.3. Orientación general de la investigación

La actitud de *autarquismo intelectual* que deparase –en algo que podríamos emparentar a la reflexión sobre la comunicación– ideas tan peregrinas como aquella *doctrina española de la información*, ayuna de ciencia pero ahíta de propaganda fascista; esa actitud autárquica, decimos, comienza a abandonarse en nuestro campo hacia mediados de los sesenta. Se produce entonces una tímida, aunque ya continuada y sin retorno, apertura hacia algunas de las tradiciones científicas que marcarán la orientación de la producción científica española sobre comunicación en el periodo que estamos considerando. Entre esas tradiciones, destacaríamos cuatro. En primer lugar, la *publicística alemana*, ensayo de una ciencia general de la comunicación iniciado a finales de la década de los veinte (Jaeger y Dovifat; más tarde Haggemann y Prakke; todos en la estela precursora de Groth), [8] que se importa en España como marco teórico para fundamentar el estudio de esos nuevos, aquí, *objetos científicos* que son la comunicación, el periodismo o la información. También entonces empezamos a recibir las aportaciones críticas de la escuela de Frankfurt (Horkheimer, Adorno y Marcuse, principalmente), cuyas ideas sobre la *industria cultural*, el carácter *afirmativo* de la cultura contemporánea o la *unidimensionalidad* del hombre contemporáneo ofrecen resortes conceptuales valiosos para interpretar la, de nuevo aquí, naciente *cultura de masas*. Asimismo, comenzamos a tener noticia depurada de la tradición clásica de la *mass communication research* (Lasswell y su *paradigma*; Lazarsfeld, los *efectos limitados* y el *flujo comunicativo en dos escalones*, sobre todo). Y, en fin, se recibe con avidez la agitación que la *semiótica* está produciendo en los estudios sobre la cultura y la comunicación en Europa, en especial en Italia y en Francia, y por esta vía, las propuestas para una *semiótica de la cultura* de la escuela de Tartu encabezada por Juri M. Lotman.

La publicística, la escuela de Frankfurt, las *mass communication research* clásica y la semiótica proporcionan, en líneas generales, los mimbres teórico-conceptuales con los que se construirá la primera investigación española sobre comunicación acometida desde una actitud científica. A la conveniencia de tales mimbres cabe, no obstante, plantear un par de objeciones, y no menores. Primero, que salvo la semiótica, el resto son, todas, y ya en aquel momento, tradiciones intelectuales en crisis, casi agotadas en sus aportaciones a los estudios sobre comunicación. Segundo, y por los motivos que ya hemos avanzado, la escasa repercusión en la comunidad científica española de aquella fecunda renovación de la investigación comunicativa desde las ciencias sociales. Cuando aquí estamos divulgando la obra de los *padres fundadores* de la *mass communication research* o del pensamiento crítico de la primera generación de la escuela de Frankfurt, hace tiempo que en los centros universitarios europeos y estadounidenses sus enseñanzas han sido ya bien metabolizadas y cribadas, estimulando nuevos desarrollos que pasarían prácticamente desapercibidos entre nosotros hasta bien entrada la década de los ochenta.

Con esos mimbres conceptuales en parte ya agostados, lo más relevante de la investigación española sobre comunicación en esta primera etapa procederá de lo que antes hemos llamado *sector teorístico* de la comunidad científica; y en virtud de la fragmentación del mismo en dos actitudes epistémicas diferenciadas, la producción científica se orientará en otras tantas direcciones. Los *comunicólogos* se abocarán a un esfuerzo ingente por fundamentar un *espacio epistemológico autónomo* para la investigación comunicativa, bajo denominaciones ciertamente altisonantes como *Teoría General de la Información* o *Teoría de la Comunicación*, disciplinas científicas –o con pretensión de tales se las propone– de incierta autonomía epistemológica, pero que, en cualquier caso, se resisten a ser vinculadas con las ciencias sociales empíricas. De ahí que interpretemos tal esfuerzo teórico-conceptual en pos de una *comunicología* como un intento por dotar a los incipientes estudios sobre comunicación en España de una *dignidad académica* que justificase el reconocimiento institucional obtenido con su elevación al rango universitario tras la creación de las facultades de Ciencias de la Información. Por esta razón, probablemente las aportaciones más originales e innovadoras de la investigación española en este periodo sean las provenientes de quienes trabajan desde los dispositivos teórico-metodológicos que les proporciona su formación en el campo de las Humanidades. Estos enfoques *humanistas*, y muy principalmente los de la semiótica y la historia, contribuirán fructífera y prolongadamente al análisis e interpretación de los emergentes fenómenos de la *cultura de masas* en España.

## 3. Consolidación. Explosión de la comunicación y agitación en el campo (1980-1995)

Tras el largo letargo propinado por la dictadura franquista, el tiempo histórico se acelera en España en la década de los ochenta en una frenética pugna por recuperar el tiempo desperdiciado. El espíritu de ese tiempo acelerado es lo que pretenden captar términos como *explosión* o *agitación*, que pueden aplicarse a casi todos los órdenes de vida española de ese periodo. La onda expansiva de ese estallido llevará a la consolidación de la investigación de la comunicación en España.

### 3.1. Condiciones históricas

*Explosión* es una metáfora adecuada para caracterizar el devenir del sector de la comunicación en todo el mundo en los ochenta, y lo que suceda entonces en España no es sino una manifestación más de lo que ocurre a escala planetaria. [9] El sistema comunicativo heredado del franquismo resulta ampliamente subvertido en pocos años, en un rápido proceso de cambio cuyos indicadores más destacados son el surgimiento de los primeros grupos multimedia (Prisa, Godó, Zeta...), con intereses en todos los nichos del negocio de la comunicación (prensa diaria, radio, televisión, revistas, edición de libros, etc.); la desregulación de la televisión y el paso a un sistema multicanal en el que compiten emisoras públicas y privadas (1989); el crecimiento espectacular de la industria publicitaria, impulsada por el desarrollo económico habido a lo largo de la década; y, en fin, el auge experimentado por lo que ya comienza a denominarse *comunicación institucional y corporativa*, en buena parte debido a la modernización de las empresas españolas y de la propia administración del Estado en los tres niveles de poder (central, autonómico y municipal) que establece la Constitución de 1978. Precisamente, la nueva estructura constitucional del Estado español, y en concreto el reconocimiento de las comunidades autónomas, propiciará la apertura de *espacios culturales diferenciados* que contarán para su consolidación o emergencia, según los casos, con un instrumento tan eficaz como la televisión (las emisoras autonómicas, desde 1983). En el transcurso de la década de los ochenta, se produce, en fin, la homologación política española con las democracias occidentales, sancionada con el ingreso de España en la Unión Europea en enero de 1986. La paulatina adaptación de la legislación española a la normativa comunitaria, también en el ámbito de la comunicación, empujará hacia la progresiva liberalización de nuestro sistema comunicativo, facilitando la entrada en el mercado español de grupos multimedia transnacionales europeos. Y viceversa.

*Explosión* es un término también justo para referir el *contexto institucional* que va dibujándose para la investigación comunicativa española en este periodo. *Explosión*, en este caso, de facultades que ofertan estudios relacionados con las profesiones de la comunicación. Atendamos, simplemente, a un dato que da Jones (1998: 22): a mediados de los setenta son cuatro las universidades españolas con titulaciones de Comunicación (a las tres primeras se agrega algo más adelante la Universidad del País Vasco), que cursan 5.000 estudiantes y agrupan a 500 profesores; veinte años después, mediados los 90, son ya 20 los centros universitarios, con 20.000 alumnos y 2.000 docentes. Retengamos el dato de que la comunidad científica española de investigadores de la comunicación, o potencialmente tales, se cuadruplica en dos décadas; y, en realidad, menos: los tres lustros que van de 1980 a 1995, como veremos ahora mismo, cuando atendamos a las cifras de tesis doctorales defendidas en este lapso.

Sobre el proceso que condujo a esta proliferación de facultades no podemos más que avanzar alguna hipótesis. Probablemente, el espectacular desarrollo y apertura del sistema comunicativo español con la instauración de la democracia estimulara enormemente la demanda de estudios de Comunicación en España a lo largo de los ochenta, y esa demanda hubo de ser absorbida por los únicos cuatro centros especializados existentes en ese periodo, mediante el incremento de grupos, por ejemplo –los datos de la evolución de la matrícula en esas facultades podrían corroborar esta suposición. Como quiera que fuese, lo cierto es que el ingreso masivo de estudiantes llevó aparejada una incorporación no menos masiva de nuevo profesorado, generándose así, como ya sucediera con la creación de las primeras facultades a inicios de los setenta, una renovada *estructura de oportunidades* institucionales para la profesionalización académica e investigadora en el campo disciplinar de la comunicación. Jones *et al.* (2000: 23) proporcionan un dato revelador al respecto: si entre 1960 y 1979 se defienden 88 tesis doctorales sobre comunicación, entre 1980 y 1998 –prácticamente el periodo que aquí estamos considerando– ascienden a 1.453 (460 entre 1980 y 1989; y 993 entre 1990 y 1998). Dicho de otro modo, de las 1.541 tesis presentadas entre 1960 y 1998 –y antes los autores contabilizan sólo 9 ejercicios doctorales, entre 1926 y 1959–, el 94% corresponden a la década de los ochenta y hasta mediados de los noventa. Cuando la *estructura de oportunidades* abierta por el incremento de la oferta en las cuatro facultades pioneras no sea ya suficiente para absorber esta presión por la *profesionalización académica* (docentes con tesis en espera de promoción), el sistema institucional estallará dando lugar a la creación continuada de nuevos centros desde el curso 1989-1990 (en las universidades de Sevilla; Málaga; Santiago de Compostela; Pompeu Fabra y Ramon Llull, ambas en Barcelona; Pontificia de Salamanca; Vigo; Valencia...).

Por lo que hace al *contexto epistemológico* en el que se va consolidando la investigación comunicativa en España, puede resumirse en tres indicaciones. Continúa a lo largo de los ochenta, y hasta bien entrada la década siguiente, la pujanza de la semiótica en el análisis de los fenómenos de la *cultura de masas*, ya bien asentada –la cultura de masas– en España por la inusitada expansión del sector de la comunicación. Continúan también, ahora en pleno desarrollo y maduración, las líneas renovadoras iniciadas en los setenta desde las ciencias sociales empíricas, y buen indicador de la efervescencia que vive el campo es la publicación, en 1983, del monográfico “Ferment in the field” por la prestigiosa *Journal of Communication*. Y, en fin, es también el momento en que empieza a cuajar esa especie de *puesta al día* del pensamiento crítico sobre comunicación que representaron dos escuelas de origen británico: la de los *cultural studies*, impulsada por el Centre for Contemporary Cultural Studies de la Universidad de Birmingham y las figuras señeras de Stuart Hall y Raymond Williams; y la de la *economía política de la comunicación* (Murdock, Garnham, Schlesinger...), con fuerte predicamento también en Francia (Flichy) y Norteamérica (Smythe, los Schiller), y agrupada en torno a la revista *Media, culture, and society*, uno de cuyos primeros monográficos – volumen 5 (1), enero de 1983– lleva el muy significativo título de “After Frankfurt School”: *después*, pero también *a partir* de la escuela de Frankfurt.

### 3.2. Estructura de la comunidad científica

A medida que aumenta de volumen por el incremento de las oportunidades de profesionalización académica que ofrece la *explosión* de los estudios de Comunicación, la comunidad científica española va haciéndose diversa y compleja. Probablemente,

lo más relevante en este sentido sea la incorporación a la misma, desde comienzos de los ochenta, de miembros de las primeras promociones de licenciados en Ciencias de la Información, ya con *formación específica*, por tanto, en este ámbito. No obstante – y, de nuevo, esto no deja ser una hipótesis, por plausible que sea–, la necesidad de reclutar a marchas forzadas profesorado para atender la creciente demanda de acceso a estas titulaciones autoriza a pensar que, entre aquellas primeras promociones de licenciados que van incorporándose a la docencia y la investigación universitarias –los autores del *boom* doctoral de los ochenta– podrían distinguirse al menos dos perfiles, o dos *trayectorias vitales*, si se quiere. De una parte, aquellos licenciados y doctores que desde un primer momento optan por hacer *carrera académica*; y, de otra, aquéllos, la mayoría, que proceden del *mundo profesional* y que son atraídos a la vida universitaria en aquel proceso de reclutamiento destinado a satisfacer el crecimiento de la oferta/demanda de estudios de Comunicación desde mediados de los ochenta. Las consecuencias de esta situación las ha expresado claramente Jones (1998: 22-23): “Al aumentar el número de facultades [...] fue necesaria la contratación de nuevo personal docente –*preparado académicamente o no*–, hecho que ha llevado a un crecimiento exponencial del número de personas que se dedican profesionalmente [...] a este ámbito de estudios” (la cursiva es agregada).

La estructura interna de la comunidad de investigadores de la comunicación adquiere en este periodo, como decíamos, mayor complejidad, pero los lineamientos básicos son similares a los de la etapa precedente: *practicistas*, que ahora conviene ya denominar *profesionalistas*, y *teoricistas*. Lo que se hace más complejo o diverso ahora son los distintos grupos que cabe diferenciar en ambos sectores, algo que no responde a un mero capricho taxonómico, sino a la evidencia de los debates académicos que comienzan a producirse en el seno de la comunidad científica. Así, en el sector *profesionalista*, y como consecuencia directa del ingreso masivo de profesorado procedente del *mundo profesional*, pronto se trazará una línea entre dos grupos con actitudes epistémicas singulares, y que a falta de mejores denominaciones llamamos *profesionalistas intuitivos* y *profesionalistas académicos*. Los primeros, que se corresponderían con quienes Borrat (1990), en un texto temprano y lúcido, identifica como *profesionalistas a secas*; éstos, decíamos, encaran el trabajo universitario desde una actitud caracterizada, a decir de Chillón (1998: 85), por “la desconfianza de la «teoría», la consiguiente anemia crítica y conceptual y, en fin, la primacía del mero sentido común profesional”. Los *profesionalistas académicos* –que Borrat llama *comunicólogos*, término que aquí reservamos para los impulsores de una *comunicología* autónoma– buscan, en cambio, abordar los saberes y prácticas profesionales desde *problemáticas fuertes* de las humanidades y las ciencias sociales, como luego veremos.<sup>[10]</sup>

Por lo que hace al sector *teoricista*, continúan sus aportaciones los dos grupos que identificamos en la etapa anterior, los *comunicólogos* y quienes trabajan desde marcos teóricos y metodológicos propios de las Humanidades. Los primeros persisten en esa tarea de fundamentar un *espacio epistemológico autónomo* para la investigación comunicativa –la pretendida *comunicología*–, con tendencia a ir languideciendo en ese empeño hacia mediados de los noventa. <sup>[11]</sup> En los segundos, la semiótica y la historia se revelan entre lo más fructífero de los estudios sobre comunicación en España en este periodo. Y a estos dos grupos se les irá agregando un tercero, para el que no tenemos mejor denominación que la de *teóricos de la comunicación*. Quienes suelen identificarse con esta rúbrica son investigadores algo emparentados en intereses con los *comunicólogos*, pero básicamente orientados hacia la difusión en el ámbito académico español de aquella notable renovación de la investigación comunicativa impulsada desde los setenta por las ciencias sociales empíricas. Todo eso –teorías de los efectos cognitivos, estudios sobre *newsmaking*, debates entre *culturalistas* y *economicistas*, etc.– será, muy principalmente, lo que aquí se difunda con la etiqueta de *teorías de la comunicación*, en donde el plural –teorías– marca ya una significativa distancia con respecto a las pretensiones *comunicológicas* de una unificada y autónoma *teoría de la comunicación*.

### 3.3. Orientación general de la investigación

Si podemos hablar de consolidación en el periodo que estamos analizando (la década de los ochenta y hasta mediados de los noventa), es porque en esta etapa la investigación comunicativa española empieza a homologarse a los estándares internacionales y, al margen de la repercusión efectiva que tenga, comienza a realizar aportaciones originales en algunos dominios o ámbitos particulares. Persistirá, eso sí, una carencia indolegable entonces, y que continúa lastrando, aunque en menor medida, la investigación que se hace actualmente en España: el déficit crónico de formación en los distintos campos de la *teoría social* y en la *metodología* de la investigación social empírica, por lo que nuestra contribución al conocimiento científico de la comunicación construido con el utillaje teórico-metodológico de las ciencias sociales es todavía limitado, aunque sin duda alguna en progreso continuado.

Entre las líneas más firmes y productivas de esta etapa de consolidación destacaríamos, en primer lugar, las que se desarrollan desde lo que hemos denominado *profesionalismo académico*, investigaciones sobre las prácticas y los saberes profesionales (del periodismo, fundamentalmente; pero también de la publicidad, las relaciones públicas o la imagen audiovisual) que, desde mediados de los ochenta, procuran enraizarse teóricamente en dos grandes ejes disciplinarios. De un lado, las teorías de los *lenguajes*, y los mejores trabajos recurrirán a la riqueza conceptual que para el análisis de la *práctica comunicativa* ofrecen las teorías del texto, de la retórica, la pragmática, las teorías de la conversación o de la argumentación, la hermenéutica o la teoría de la imagen. De otro, los dispositivos teóricos procedentes de las ciencias sociales –sociología, psicología, ciencia política, antropología...–, con los que las problemáticas del poder, del conflicto, de la opinión pública, la democracia o la interacción social no serán ajenas a los estudios sobre la tarea de los profesionales y los medios en que trabajan.

Desde planteamientos propios de las humanidades, la semiótica y la historia, como avanzamos, revelan un gran potencial heurístico en este periodo. Desde la historia de la comunicación, hasta la de los medios, las profesiones o los discursos –el cinematográfico, por ejemplo–, la perspectiva histórica se encuentra bien atendida desde entonces por la investigación española.



Pero quizá fuese la semiótica la que con mayor intensidad se postula como enfoque renovador, no sé si por la originalidad de sus aportaciones –nos falta conocimiento para dar un juicio–, pero sí desde luego por la diversidad de planteamientos que propone. La socio-semiótica de la comunicación de masas, el análisis del discurso, la semiótica del discurso fílmico o la semiótica que entronca con el psicoanálisis lacaniano: una variedad de modos de practicar la disciplina que da cuenta de su viveza. Por otro lado, el extraordinario desarrollo del sistema comunicativo español en estos años y la repercusión de la nueva estructura del Estado en el ámbito de la cultura van a influir, obviamente, en la investigación sobre comunicación, y es entonces cuando se inicia el interés sistemático por el análisis de las *políticas de comunicación* y, allí donde haya un fuerte componente ideológico nacionalista, por los llamados *espacios nacionales de comunicación*.

Otra de las novedades en la producción científica española de este periodo es aquello a lo que nos hemos referido con el término de *teorías de la comunicación*, una rúbrica, como ya sostuvimos, bajo la que se presenta y difunde entre nosotros todo aquello que desde las ciencias sociales llevaba casi una década provocando esa *agitación en el campo* que sancionó en 1983 el *Journal of Communication*. Ahora bien, esas aguas de la investigación comunicativa que bajaban agitadas son aquí reconocidas y remansadas, pero no lograrán sacudir los estudios de comunicación en España y entroncarlos con esas propuestas que van madurando en las ciencias sociales –las investigaciones sobre *newsmaking*, *agenda-setting*, *cultivation*, *usos y gratificaciones*, *knowledge gap*, *estudios culturales*, *tematización*, etc.

Las razones para esta suerte de recepción sin contribución pueden ser diversas, pero destacaríamos dos. Primero, que ese reconocimiento de la renovación teórica en la investigación social sobre comunicación se realiza, muy básicamente, con un propósito docente –esto es, dar contenido a las asignaturas de *teorías de la comunicación*–, por lo que tiende a adoptar la forma de *manuales introductorios*, un tipo de trabajo cuyos destinatarios son los estudiantes de comunicación, no los investigadores sobre comunicación. Para poder trabajar en *productividad* con esas teorías entonces novedosas, y contribuir efectivamente a su desarrollo, éstos, los investigadores, precisan otro tipo de materiales: ensayos, estados de la cuestión, discusiones conceptuales, genealogías teóricas... cosas, en fin, muy distintas en factura y concepción al *manual* de una asignatura. La segunda de las razones de la escasa contribución inicial de la investigación española a esas líneas renovadoras ya la adelantamos al comienzo de este epígrafe: el déficit crónico de formación en metodología de la investigación social empírica. Podemos hacer *revisiones teóricas*, y eso está bien; podemos *proponer teorías* nuevas, y eso está mejor; pero la ciencia social dejaría de ser tal para abocarse en la especulación huera sin la *investigación empírica*. Las ideas que no cuentan con el apoyo de datos empíricos –valga la redundancia– no son conocimiento científico. Y el acople de ambos, de ideas y datos, de teoría y realidad, sólo puede consumarse en la investigación empírica. La comunidad científica española de la época será muy consciente de estas carencias formativas, y sus miembros promoverán, a comienzos de los noventa, una reforma de los planes de estudio de las licenciaturas de Comunicación y de los estudios de doctorado en donde la enseñanza metodológica adquirirá, por vez primera, el rango mínimo que debió ostentar siempre.

#### 4. Desarrollo. Diversidad, reconocimiento y retos actuales (1995 en adelante)

El *desarrollo* –o *maduración*, si se quiere– de la investigación comunicativa española no es un estado consumado, sino un reto que tenemos por delante quienes participamos de ella en este momento. A nuestro parecer, caminamos en esa dirección desde, aproximadamente, mediados de los noventa, cuando se producen cambios muy significativos en las condiciones en que trabajamos y en la estructura interna de la comunidad científica. Reconocer los problemas y amenazas, y convertirlos en eso, en retos y oportunidades, es condición para alcanzar aquel estadio de desarrollo o maduración.

##### 4.1. Condiciones históricas

Si hubiéramos de sintetizar de algún modo la situación que atraviesan las sociedades contemporáneas, no iría muy desencaminado proponer que nos encontramos en la transición hacia una *segunda modernidad*. Síntoma de esta época de incertidumbres es la proliferación de propuestas teóricas para captar ese estado de cosas: *sociedad líquida* (Bauman), *sociedad del riesgo* (Beck), *sociedad de redes* (Castells), *sociedad multicultural* (Kymlicka), *sociedad globalizada*, *sociedad del conocimiento*... Decenas de signos para un único referente, pero que parecen apuntar, todos, en la dirección de indicar esa *opulencia evanescente e híbrida* contemporánea a la calzaría de nuevo, como a la irrupción de la *primera modernidad*, aquella impresión marxiana rescatada por Marshall Berman de que “todo lo sólido se desvanece en el aire”. En esta segunda transición, todo lo que de sólido logramos asentar desde entonces parece *volver a desvanecerse*: a ser fugaz, huidizo, mezclado, complejo. Y en el centro de la escena, sin presunción alguna pero como nunca antes, la comunicación.

La onda de la *explosión* comunicativa de los ochenta se prolonga en la década siguiente hasta alcanzar el actual estado de *opulencia* de la comunicación, en donde destacan, por encima de otros, tres fenómenos interrelacionados. Primero, eso que Lorenzo Vilches (2001) ha llamado con acierto la *migración digital*; esto es, la colonización de un nuevo entorno para el intercambio simbólico y la apropiación del mismo para el desempeño de casi cualquier actividad humana –trabajo, economía, ocio, política, activismo social, relaciones personales. Segundo, y auspiciado en parte por la conquista de ese nuevo territorio, las múltiples figuras que ahora adquiere la *fragmentación*, con la proliferación inusitada de las *nuevas pantallas* –televisión, móvil, computadora, consolas, etc.–, el fin de las audiencias masivas o la revitalización de las redes sociales y las *comunidades de interés* particulares. Y tercero, consecuencia aparentemente contradictoria de lo anterior, la ansiedad por la *convergencia*, en donde la mezcla, la combinación, esa juntura de todo que pretende atrapar el concepto de *multimedia*, es el índice más acabado de la mentalidad opulenta que se nos va imponiendo. En cualquier caso, lo que parece claro es que estamos ya al cabo de



aquella época en que los antiguos grandes medios de masas ocupaban una sólida e indiscutida posición central en el sistema comunicativo, y que el espacio de la comunicación pública se abre –o está siendo abierto, mejor– a la participación de numerosos nuevos sujetos sociales que aprovechan con eficacia esta nueva situación para comunicar, vender, entretenerse o actuar en la esfera pública sin rendir tributo a la *mediación* tradicional de aquellos antiguos grandes medios de masas.

Incierto y cambiante es también el *contexto epistemológico* en el que se debate la investigación de la comunicación desde mediados de los noventa. Ya hemos comentado la abundancia de ideas y propuestas teóricas que van tanteando, explorando, el signo de los tiempos (redes, riesgo, multiculturalidad, globalización, licuefacción de la vida social...), en una, también aquí, *opulencia epistemológica* –que no conviene confundir con *plenitud*– de la que probablemente no podamos sacar en claro más que una cosa, pero importante: al parecer, se acabaron los paradigmas férreos, las disciplinas cerradas, las teorías omnicomprendidas, las metodologías excluyentes, las certezas perennes y el conocimiento perdurable. Época de *aggiornamento* constante, en donde el concepto de moda en la epistemología es el de una *complejidad* (Edgar Morin) para la que no se avista más respuesta que la *hibridación*, eso que transpira lo más actualizado de la actitud científica vigente: multiparadigmatismo, interdisciplinariedad, comparatismo, triangulación metodológica... Época, pues, de alto riesgo epistemológico, propicia para malbaratar la divisa feyerabendiana del *todo vale* –todo tiene *valor* en la empresa de generar conocimiento– y convertirla en justificación para confundir falazmente la necesaria apertura de miras científica con un *passe-partout* que dé por bueno cualquier pastiche teórico-metodológico. Nada nuevo, sin embargo: a río revuelto...

Al igual que sucediera con la evolución del sistema comunicativo, también el *contexto institucional* en el que se desenvuelve la comunidad científica española de investigadores de la comunicación vive, desde mediada la década pasada, una exacerbación de las tendencias iniciadas en los ochenta. De aquella *explosión* de facultades hemos pasado a la actual *inflación* de centros universitarios que ofertan estudios de Comunicación. Si hacia mediados de los noventa, recordamos, podíamos contabilizar 20 universidades, 20.000 estudiantes y 2000 docentes, diez años después son 44 universidades españolas las que se reparten nada menos que 113 titulaciones de Comunicación (Moragas, 2005: 1). Sobre el proceso que ha conducido a esta inflación de nuevo sólo una hipótesis. Parece evidente, de entrada, que con el dinamismo del sector de la comunicación en la España de los noventa hubo de acrecer la demanda de profesionales especializados y, en consecuencia, la de formación universitaria en este campo. Pero a esto probablemente haya que agregar, y también lo apunta Moragas (2005: 2), el impacto que sobre el interés por estos estudios está teniendo la crisis de las humanidades (historia, filología, lingüística, filosofía), y también de las ciencias sociales clásicas (sociología, psicología, antropología), como opciones profesionales para los jóvenes españoles. Sustraída de esos nichos tradicionales, la demanda formativa se dirige ahora en otras direcciones, y es principalmente absorbida por un puñado de licenciaturas y diplomaturas –pronto todas *grados* universitarios– de mayor atractivo o con –así se perciben– mejores salidas al mercado laboral: las de comunicación, por supuesto; pero también telecomunicaciones, informática, turismo, empresa, trabajo social, fisioterapia, enfermería, relaciones laborales o ciencias medioambientales. La respuesta del sistema universitario será, por tanto, multiplicar la oferta de estos estudios.

La duplicación de facultades con titulaciones de Comunicación en la última década ha reforzado en este periodo, obviamente, eso que venimos llamando *estructura de oportunidades* para la profesionalización académica, por lo que la incorporación de nuevo profesorado en estos últimos años ha continuado siendo masiva, y, con toda plausibilidad, en las mismas que condiciones que señalara Jones (1998: 22-23) para lo sucedido en el momento de la explosión de los ochenta: “preparado académicamente o no”. Aunque no cubran estrictamente la etapa que estamos considerando, los datos recabados por Jones *et al.* (2000: 23) sobre el número de tesis doctorales defendidas en los noventa constituyen una indicación clara de ese reforzamiento de las *oportunidades*. Entre 1990 y 1998, 993 ejercicios doctorales, bastante más del doble que en los diez años anteriores (460 entre 1980 y 1989). Habría que desagregar el dato por lustros para tener idea de la situación desde mediados de los noventa, y completarlos con los de los años posteriores, pero la tendencia parece muy evidente. Y así lo muestran, por ejemplo, las cifras obtenidas por Xifra y Castillo (2006: 304) para las tesis doctorales sobre Relaciones Públicas leídas entre 1965 y 2004 en España: el 60% (37 trabajos de 62) fueron defendidas entre 1995 y 2004.

Ahora bien, quizá lo más reseñable sea que esta expansión de la *estructura de oportunidades* ha venido acompañada por una exacerbación de la competencia por el acceso a la docencia y a la investigación universitarias, debido al endurecimiento de los requisitos institucionales para la promoción profesional en el ámbito académico (acreditaciones y habilitaciones). Y estas nuevas condiciones están afectando de manera muy directa a la producción científica que estamos haciendo. En primer lugar, se acentúa ahora el riesgo de abocarse a la perversión del *publish or perish*. La competencia, y con ella la ansiedad por publicar o asistir a congresos, tiene, por supuesto, virtudes, siquiera sea porque en un ambiente de (otra vez Feyerabend) *proliferación intempestiva de ideas* aumenta la probabilidad de que surjan aportaciones originales, brillantes y novedosas. No debe ponerse coto, pues. Pero depara también consecuencias negativas. Así, el amoldamiento del trabajo científico a los criterios que rigen la evaluación, por parte de las agencias especializadas, de la llamada *calidad de la investigación*, que, como bien acaba de argumentar Soriano (2008), son discutibles casi punto por punto en el campo de las ciencias sociales. Así también, la orientación de la investigación según su *publicabilidad*, y, por tanto, su condescendencia con la *lógica del mercado académico* instaurada y sostenida desde múltiples instancias –agencias de acreditación, tribunales de habilitación, comités de evaluación de proyectos, departamentos universitarios, editoriales comerciales, comités científicos de revistas y congresos, etc.–, que con sus premios –becas, ayudas, subvenciones, publicaciones, promociones– y sanciones –no becas, no ayudas, no subvenciones, no publicas, no promociones– van marcando sutilmente la investigación *que debemos hacer*. Meech y Zhao (1997: 158) resumieron en parte esta situación refiriéndose al caso británico: “Los estudios consolidados [de comunicación] se han convertido en una importante fuente de ingresos para muchas universidades, y los investigadores están cada vez menos capacitados para definir su propia agenda de trabajo. La institucionalización de los estudios sobre comunicación ha provocado también que los académicos sufran

las presiones de los editores a la hora de producir libros, muchas veces en detrimento de la publicación de estudios originales”. *Libros*, es decir, manuales; en detrimento de *estudios originales*, es decir, investigación. Lamentablemente, no es ésta una canción desconocida aquí.

## 4.2. Estructura de la comunidad científica

La novedad fundamental en la estructura de nuestra comunidad científica desde mediados de los noventa es, sin duda, la pérdida de exclusividad de las facultades de Ciencias de la Comunicación en la investigación comunicativa en España. Dicho de otro modo: contra lo que generalizada y mayoritariamente sucediera hasta este momento, la comunidad científica española interesada en la investigación de la comunicación deja de estar integrada, de manera exclusiva, por investigadores formados académicamente –y adscritos profesionalmente– a estos centros universitarios. Y más novedoso aún, e interesante, resulta comprobar que el empuje hacia este cambio estructural procede de ámbitos disciplinares larga y penosamente ajenos a los estudios sobre comunicación en España: las ciencias sociales –sociología, psicología, economía, antropología, pedagogía, ciencia política... Eso sucedió, en parte, por las razones que ya hemos esbozado: no contaban en España con excedentes que liberar hacia las recién creadas facultades de Ciencias de la Información a inicios de los setenta. O quizá por otras: una sociedad en transición ofrecía entonces un campo fenomenológico suficientemente atractivo como para dedicarle el esfuerzo de la investigación. Pero a mediados de los noventa eso parece estar cambiando, porque aunque todo lo sólido vuelve a desvanecerse, decíamos, si uno se molesta por aventar un poco el humo que se esfuma encontrará la comunicación en el ojo de la hoguera. O quizá sea que la crisis de las vocaciones profesionales esté obligando a renovar los objetos de estudio en las ciencias sociales...

Probablemente sea por todo esto junto. Pero lo cierto es que desde hace una década desde la sociología y la ciencia políticas se está contribuyendo decisivamente en España a los estudios sobre *comunicación política* y *electoral*; que la psicología social y cognitiva se interesan por los *efectos de los medios* o la *persuasión*; que la sociología del consumo y la antropología están deparando los mejores trabajos sobre *audiencias* y *recepción* de los medios; que desde la pedagogía se realizan valiosas aportaciones sobre *comunicación y educación* o sobre *recepción infantil*; y, en fin, que la ciencia política y la economía han tomado a su cargo el análisis de las *políticas de comunicación*. En definitiva, la investigación sobre comunicación en España no se hace ya, sólo, en las facultades de Ciencias de la Comunicación.

Moragas (2005: 23) aporta a este respecto algunos datos reveladores de los que haríamos bien en tomar muy buena nota. Los incluidos en el primer cuadro podemos leerlos de la forma en que indica el propio Moragas: de los 24 proyectos con temáticas de comunicación aprobados, y por tanto subvencionados, en los planes de investigación correspondientes a los trienios 2003-2005 y 2004-2006 sólo seis de ellos, la cuarta parte, tenían como investigador principal a profesores de las facultades de Ciencias de la Comunicación. Hay que saludar, eso sí, el aumento del interés de esos *planes nacionales* por el ámbito de la comunicación (se quintuplica la subvención a proyectos sobre estos temas de un trienio a otro), pero lamentar la ostensible pérdida de peso específico en ellos de nuestras facultades, que caen al 20% de los aprobados en el segundo de los trienios.

CUADRO 1			
Proyectos de investigación del Plan Nacional (2003–2005) (Ciencias Sociales)			
Ciencias Sociales 144		Realizados en Facultades de Comunicación	
Con temática de comunicación 4		2 (1'3%) [50%]	
Proyectos de investigación del Plan Nacional (2004–2006) (Humanidades y Ciencias Sociales)			
Humanidades 271	Ciencias Sociales 375	TOTAL 646	Realizados en Facultades de Comunicación
Con temática de comunicación 11	Con temática de comunicación 9	Con temática de comunicación 20 (3'09%)	4 (0'6%) [20%]

Fuente: Moragas, 2005

Podemos ser complacientes, e interpretar esta situación en clave de *poder* y *agravio*. Y así solemos argumentar que el problema es que, a estos efectos de apoyo pecuniario a la investigación y reparto de subvenciones, Comunicación juega en un terreno minado, el de las Ciencias Sociales y Humanidades, en donde quiénes deciden la asignación de recursos son gentes de “otras áreas de conocimiento”. Y es así, más aún, que para remediar la situación reclamamos *autonomía*, *especificidad*, *reconocimiento* como área particular, etc. En fin, que seamos nosotros mismos –gentes de nuestras “áreas de conocimiento”– quienes decidamos qué merece y qué no la gracia de la subvención. Y no nos parece mal, ciertamente.

Pero nos parecería mejor si, además de las apelaciones a la especificidad y al reconocimiento, y del recurso al agravio que no cesa, sacáramos las conclusiones pertinentes de estos otros datos (cuadro 2) que también presenta Moragas (2005: 23), referidos en este caso a la inclusión de artículos de autores adscritos a centros universitarios españoles en revistas científicas internacionales del campo de la Comunicación. Con todas las cauciones que exige este indicador de las *revistas internacionales de impacto* –no debe ser fácil colocar un análisis de la *comunicación local en Galicia* en el *Journal of Communication*, pongamos por caso; mientras que nos obligamos a leer una reflexión sobre la distribución territorial de los estudios sobre Relaciones Públicas en España en el *Public Relations Review*–; con todas las cauciones, decimos, los datos indican que, en el periodo 2002-2005, sólo el 20% de aquellos textos llevan la firma de investigadores adscritos a departamentos de Comunicación. El 80% restante corresponde a autores de otros campos, con una presencia destacada de miembros de departamentos de economía, psicología y filología, dice Moragas, quien no duda al interpretar que “[...] la producción científica de este grupo de autores ocupa, ampliamente, el liderazgo de la investigación sobre comunicación en España”. Y, a pesar de las cauciones, reiteramos, algo de esto está sucediendo.

CUADRO 2	
Autores/as de artículos en revistas internacionales de <i>Comunicación</i> (2002–2005)	
Autores/as de universidades españolas 29	
<b>Autores/as de Facultades y/o Departamentos de Comunicación - 6 (20%)</b>	Autores/as de otras Facultades o Departamentos 23 (80%)

Fuente: Social Sciences Citation Index (Moragas, 2005)

En definitiva, y a la vista de todos estos datos y reflexiones, frente a la *interpretación complaciente* que encara en términos de *poder* y *agravio* la, según parece, mermada capacidad de la investigación que se hace en las facultades de Ciencias de la Comunicación para atraer interés y subvenciones públicas; a esa *interpretación complaciente*, decimos, es hora de anteponer una *interpretación conveniente* que asuma, sin ambages ni lamentos, que el listón en este campo ya está alto y que debemos esforzarnos por saltar más, o al menos tanto como los demás. El cambio de la estructura interna de la comunidad científica de investigadores de la comunicación es, para quienes trabajamos en las facultades de Comunicación, un reto, y la única forma cabal de afrontarlo es, sencillamente, reforzar en nuestros centros la *formación científica* de los que estamos y de los que están viniendo.

### 4.3. Retos que afrontar y sugerencias

Por esta razón, más que esbozar aquí la orientación general de la producción científica en este último periodo –para lo que, en cualquier caso, carecemos de la suficiente perspectiva temporal y que, en parte, es abordada en otras contribuciones a este volumen–; más que eso, preferimos enumerar algunos de los retos inmediatos que, a nuestro juicio, tenemos planteados, con las correspondientes sugerencias para enfrentarlos. Algunos de estos retos son estructurales, apuntando a deficiencias enquistadas en la investigación española sobre comunicación –al menos en la que, desde luego, es mayoritaria: la realizada en las facultades de Comunicación, de cuya pujanza, dicho sea de paso, depende sin duda el desarrollo del campo en España. Otras cuestiones que indicamos pueden parecer menores. Pero, a la postre, todo, hasta lo aparentemente más anecdótico, debe contribuir a facilitar el impulso que estamos precisando. En breve:

#### A. Potenciar la investigación empírica

Y potenciarla, particularmente, allí donde estamos siendo crónicamente deficitarios, en la investigación empírica realizada desde los marcos teórico-metodológicos de las ciencias sociales. Cuando ya hemos superado con éxito la etapa de recepción y difusión de las *teorías de la comunicación* –y conviene reiterar que entre nosotros esa rúbrica estuvo reservada básicamente a las aportaciones procedentes de las disciplinas sociales–; cuando ya el *estar al día* de lo que se publica sobre comunicación casi en cualquier lugar del mundo forma parte de los hábitos intelectuales de todo investigador mínimamente solvente; cuando ya todo esto es así, debemos persistir, porque ya hemos comenzado a hacerlo, en el trabajo *con* esas teorías para contribuir a su construcción mediante la investigación empírica. Como es sabido, y hemos recordado en otro lugar (Martínez Nicolás, 2006: 165), hacer *investigación empírica* no es recoger datos y contar, sean números o cuentos –relatos, discursos–, sino fundamentar la exploración de la realidad en el *corpus* de los conocimientos –ideas, teorías– disponibles y derivar de ellos hipótesis plausibles que necesariamente deberán ser contrastadas con aquella realidad –números, cuentos: datos– que buscan explicar.

#### B. Fortalecer la formación científica en ciencias sociales

Es ahí donde andamos justos, y no tanto en el vasto ámbito de las humanidades, tradicionalmente bien atendido en la investigación española. Por eso, y no por establecer prelación o preferencia alguna, insistimos en las ciencias sociales. Necesitamos arraigar y reforzar nuestra formación conceptual en el territorio amplio de la *teoría social*, de tal manera que todas aquellas discusiones, debates y propuestas que hemos simplemente mencionado al hablar del *contexto epistemológico* actual –redes, multiculturalidad, globalización, sociedad *líquida*, riesgo, etc.– no nos sean ajenos. Y, ciertamente, para muchos de los investigadores de la comunicación no lo son. Pero no se trata sólo de apelar a estas ideas porque lo marca el espíritu del tiempo: hay que entrar en el puro corazón de las mismas y conocerlas en detalle y profundidad, que es la única manera de contribuir a agrandarlas, a matizarlas o a demolerlas. Ahora bien, esta actitud ante la *teoría social* contemporánea podrá enraizar

sólo en la medida en que vayamos despojándonos de un inveterado lastre que viene condicionándonos desde el surgimiento mismo de nuestra comunidad científica, y que Moragas (2000: 46) ha sintetizado perfectamente lamentando la “pretensión de suficiencia «comunicológica»” de la que todavía andamos cautivos. Sostiene Moragas (2000: 46): “Creo que hay un problema de fondo: nuestras investigaciones denotan y padecen –siempre en líneas generales– de una formación insuficiente en las especializaciones de las ciencias sociales”. Y, en otro lugar, insiste: “Entonces, considero que para hacer progresar la investigación necesitamos *tener al lado* gente formada en las diversas especialidades sobre comunicación *desde las ciencias sociales*” (Varios autores, 2000: 67. Las cursivas son agregadas). O los “tenemos al lado”, o nos acercamos a ellos. Y como preferimos el acercamiento a la coexistencia, deberíamos emprender en nuestras facultades, de una vez, una formación rigurosa en las variadas herramientas y estrategias de la *metodología* de la investigación social empírica.

### C. Replantear los programas de doctorado

Y esa formación rigurosa pasa por replantear los actuales estudios de doctorado. Desconocemos cuántos programas se ofertan actualmente y cuántos alumnos los siguen, pero probablemente más de los convenientes e, incluso, de los necesarios. Nominalmente, el doctorado es el espacio académico para la formación de nuevos investigadores, y las sucesivas reformas de los años noventa han permitido avanzar en esa dirección –la inclusión de materias metodológicas y la instauración de un *periodo de investigación* que obliga a defender y superar un trabajo de investigación original. Estas decisiones de orden normativo fueron acertadas, sin duda; pero persisten *vicios de ejecución* por parte de las instancias ofertantes –los departamentos universitarios– que merman eficacia y rigor a la formación de investigadores. Probablemente, como decíamos, se oferten más programas de los convenientes y necesarios, porque el doctorado prestigia a la institución –departamentos, facultades y universidades– y al docente –profesor de doctorado: otro mérito que añadir al CV–; y al fin y al cabo hay demanda, aunque haríamos bien en reflexionar sobre la enorme *mortandad académica* entre los doctorandos. Pensamos que hay que replantear los estudios de doctorado en dos direcciones. Primero, apostar por programas temáticamente especializados. Los programas misceláneos al uso arriesgan ser una prolongación reiterativa de los planes de estudio de las licenciaturas: no termina uno de conocer con profundidad y rigor ningún dominio de investigación determinado. Y segundo, acabar con los reinos de taifas en este ámbito. Necesitamos programas interdepartamentales, interuniversitarios si es preciso, y pluridisciplinarios. Lo cual es consecuencia de lo anterior, del reclamo de especialización: sólo los investigadores que estén efectivamente especializados en un campo determinado debieran participar en la formación de los futuros investigadores en esa área, sin importar a qué departamentos, universidades o disciplinas estén adscritos.

### D. Construir un nuevo marco institucional para la investigación

En parte la presión –saludable en este caso– ejercida por el modelo vigente en las ciencias físico-naturales, y en parte el marchamo de rigor y prestigio que confiere a sus miembros, ambas circunstancias han conducido a un cierto florecimiento de los *grupos de investigación* sobre comunicación en España en los últimos tiempos. En el último recuento disponible, García Jiménez (2007: 157-158) identifica una veintena. Pero al margen de la valoración que nos merezcan estas iniciativas –y para ello sería muy interesante estudiar la *vida interna* de tales grupos para saber de su funcionamiento, estructura, procesos de toma de decisiones, jerarquías, financiación y producción *grupal*–; al margen de esa valoración, decimos, probablemente la deficiencia más acusada del marco institucional en el que se desenvuelven actualmente los estudios de comunicación en España sea la práctica inexistencia de centros e institutos de investigación con autonomía orgánica y funcional dentro del sistema universitario. Los profesores e investigadores estamos necesariamente adscritos a un *departamento universitario*, instancia que ostenta la responsabilidad de la docencia y la investigación en la universidad española. La posibilidad de adscripción del personal docente e investigador a centros e institutos autónomos, con vinculación estrecha a la formación especializada de doctorado, podría dar buenos réditos a la investigación comunicativa española.

### E. Prestigiar las ediciones universitarias

A algunos puede parecer éste un asunto menor, pero pensamos que es de capital importancia en las actuales condiciones en que cualquier opción de promoción profesional pasa no sólo por publicar, sino por hacerlo en *revistas de impacto* o en *editoriales de prestigio*. La insistencia en las *revistas de impacto* puede ser hasta cierto punto asumida, pues se atienen en sus decisiones a una lógica científica –originalidad, novedad, actualización teórica, rigor metodológico, etc.–, por mucho que los criterios sean a veces discutibles y los filtros no siempre garanticen la calidad de lo publicado. En cuanto a las *editoriales de prestigio*, alcanzado habitualmente tras una probada trayectoria, habría que tener en cuenta, no obstante, algunas cuestiones. En tanto que empresas privadas, se atienen, evidentemente, a una lógica no científica, sino comercial, en la que prima el número de clientes potenciales de aquello que editan: asignaturas para las que un texto sería *obra de referencia*, estudiantes matriculados en tales asignaturas, etc. Y dentro de esa lógica comercial cabe preferentemente un tipo muy específico de *producto científico*: el manual de apoyo a la docencia. Publicar *informes de investigación*, en particular estudios empíricos, en una editorial de prestigio no es tarea fácil por la escasa rentabilidad económica de esta clase de trabajos –su público potencial es la reducida comunidad de los investigadores, no el voluminoso grupo de los estudiantes–, sin que los criterios de interés académico y calidad científica acostumbren a prevalecer sobre aquél.

En esta situación, el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), una institución pública, viene editando mucho de lo más original y novedoso que en el ámbito de la investigación empírica se publica en España en los últimos años. La otra opción pasa por potenciar las ediciones universitarias al modo de lo que sucede en el mundo anglosajón, en donde las *university press* se han ganado un prestigio encomiable. Un prestigio, decimos bien, que se han ganado, porque quizá lo primero que hayamos de replantearnos son los criterios con que operan las editoriales universitarias españolas: rechazados afuera, siempre podemos encontrar un cálido y no siempre exigente acomodo en casa. Y eso, a no dudar, es también muy mal negocio.



## F. Unificar las áreas de conocimiento

Establecidas a comienzos de los ochenta de una forma que, vista desde la distancia del tiempo, se antoja arbitraria, no sería mala decisión que las dos *áreas de conocimiento* que estructuran administrativamente nuestro campo (*Periodismo*, de un lado; y *Comunicación Audiovisual y Publicidad*, de otro) desaparezcan para unificarse en una única de *Comunicación*. La segmentación de un campo del saber en *áreas de conocimiento* específicas es, por supuesto, altamente convencional. Pero aun siéndolo, debe responder a algún criterio heurístico que se nos escapa en el caso de la división del ámbito de la Comunicación en dos áreas que debieron ser demarcadas a partir no de consideraciones epistemológicas, sino, con toda probabilidad, atendiendo a correlaciones de fuerzas institucionales: más que reconocer áreas distintas de *conocimiento*, se habría tratado de otorgar a unos y otros áreas particulares de *poder académico*.

Las *áreas de conocimiento* responden, como decimos, a núcleos más o menos coherentes de saberes científicos o humanísticos; pero son también *estructuras jerarquizadas de poder* con las que se ejerce el control sobre la promoción profesional (titularidades, cátedras) de quienes se integran en ellas. Y esto no es especialmente objetable, siempre y cuando ese *control* se desempeñe y oriente atendiendo a criterios de mérito y calidad y no a otros espurios para tasar el valor académico (filiaciones, amistad, lealtad, etc.).

En cualquier caso, el problema de las actuales *áreas de conocimiento* en el campo de la Comunicación es que han acabado siendo no más que eso, *estructuras de poder*, sin capacidad alguna para actuar como *referentes académicos* reconocidos. Y este es el concepto clave de lo que se dirime aquí: *reconocimiento*. Con su actual división y denominación, las áreas actuales nos ubican en perfiles académicos absolutamente caprichosos, y hasta absurdos, con respecto a nuestros intereses de conocimiento (por ejemplo, los especialistas en *teorías de la comunicación* suelen estar adscritos al área de *Periodismo*). En definitiva, oscurecen más que aclaran nuestra *identidad*. Y puede que esto no sea un asunto menor: no acaba uno de reconocerse en el lugar que le reserva una estructura administrativa ajena a criterio científico alguno, y acaban por no reconocerlo a uno los de afuera.

Si una de las batallas entabladas busca obtener para la Comunicación el justo *reconocimiento* en el ámbito de las Ciencias Sociales y las Humanidades, quizá el primer paso debamos darlo nosotros aboliendo la actual separación en áreas de conocimiento con denominaciones tan poco académicas como *Periodismo* y *Comunicación Audiovisual y Publicidad*, y presentarnos ante los demás bajo la rúbrica que mejor nos identifica (esto es, que nos confiere *identidad*): *Comunicación*, sin más. La muy trabajada inclusión de Comunicación (y no Periodismo, ni Comunicación Audiovisual, ni Publicidad, ni Relaciones Públicas) como materia básica de la rama de conocimiento de *Ciencias Sociales y Jurídicas* en el reciente decreto de reforma de las enseñanzas universitarias en España (RD 1393/2007, de 29 de octubre) es una buena oportunidad para acabar con el ya poco sostenible anacronismo de las actuales áreas.

## 5. Referencias bibliográficas

Aguilera Moyano, Miguel de (1998): "La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica", *Comunicación & Cultura*, 4: 5-11.

Almirón, Núria (2007): "La economía política de la investigación informacional", *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el 22 de enero de 2008, de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200716Almiron.htm>.

Álvarez, Macu (1993): "Communication studies in Spain. An individual perspective". En David French y Michael Richards (eds.): *Media education across Europe*. Londres: Routledge, pp. 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: Universitat Autònoma de Barcelona.

- (1998): "La recerca sobre comunicació social a Catalunya: assaig de realització d'un panorama comprensiu", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 22, pp. 47-59.

Borrat, Héctor (1990): "El debat entre professionalistes i comunicòlegs", *Annals del periodisme català*, 16: 54-63.

Breton, Philippe y Serge Proulx (1989): *La explosión de la comunicación*. Barcelona: Civilización Ediciones, 1990.

Cáceres, María Dolores y Carmen Caffarel (1993): "La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990". En *La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (AICE)*. Madrid: AICE, pp. 23-30.

Caffarel, Carmen; M. Domínguez y Vicente Romano (1989): "El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)", *C.IN.CO. Cuadernos de Investigación en Comunicación*, 3: 45-57.

Chillón, Lluís Albert (1998): "El «giro lingüístico» y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 22: 63-98.

García Jiménez, Leonarda (2007): *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.

Gifreu, Josep (1989): "La investigación sobre comunicación a Catalunya: assaig de periodització", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 12: 9-65.

Gomis, Llorenç; José Luis Martínez Albertos; Luis Núñez Ladevéze y Josep Maria Casasús (2002): "Encuesta: ¿vive la comunicación periodística un cambio de paradigma?", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 28: 157-185.

Humanes, María Luisa (2007): "La investigación sobre la profesión periodística en España", *Sphera Pública*, número extraordinario: *La investigación de la comunicación en Iberoamérica: historia, estado actual y nuevos retos*, pp.173-193.

Idoyaga, José (1990): "Communication sociale et enseignement universitaire en Espagne", *Médiaspouvoirs*, 17: 109-114.

Jones, Daniel E. (1994): "Investigació sobre comunicació a l'Espanya dels noranta". En Varios autores: *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), pp. 87-98.

- (1997): "Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 21: 101-120.

- (1998): "Investigación sobre comunicación en España. Evolución y perspectivas", *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 5: 13-51.

- (1999): "Investigaciones en España sobre comunicación iberoamericana", *Comunicación y sociedad*, 35: 229-268.

- (2000): "Investigació sobre comunicació a Catalunya als anys noranta", *Treballs de comunicació*, 13-14: 41-55.

Jones, Daniel E.; Jaume Baró; Carmelo Landa y José Antonio Ontalba (2000): *Investigación sobre comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*. Barcelona: ComCat.

Kuhn, Thomas S. (1962): *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1971.

Martínez Nicolás, Manuel (2001): "Tendencias actuales de investigación sobre comunicación social en España", *Estudios de comunicación*, 0: 153-168.

- (2006): "Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 33: 135-170.

- (2007): "Agitación en el campo. Nueve ideas para la investigación sobre Comunicación Política en España", *Política y Sociedad*, 44 (2): 209-227.

Meech, Peter y Bin Zhao (1997): "La recerca en comunicació de masses a Gran Bretanya", *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura*, 21: 149-160.

Moragas i Spà, Miquel de (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.

- (1988): "Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual", *C.IN.CO. Cuadernos de Investigación en Comunicación*, 1: 11-19.

- (1989): "La comunicación ausente". En *Comunicación social 1989/Tendencias*. Madrid: Fundesco, pp. 193-203.

- (1990): "Delante de los negocios, detrás de los acontecimientos: nuevos problemas de la sociología de la comunicación de masas en España, 1986-1990", *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, 22: 58-64.

- (2000): "Estructura i polítiques de comunicació". En Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació (UAB): *Universitat i periodisme. Actes de les jornades sobre continguts acadèmics i docència a la llicenciatura de periodisme*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, pp. 45-48.

- (2005): "Investigación de la comunicación y política científica en España". Ponencia presentada en la Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP). Santiago de Compostela, 27 y 28 de mayo de 2005.

Popper, Karl R. (1934): *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos, 1962.

Rodrigo Alsina, Miquel (2001): *Teoría de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Saperas, Enric (1992): *Introducció a les teories de la comunicació*. Barcelona: Editorial Pòrtic.

Soriano, Jaume (2008): "El efecto ANECA". Comunicación presentada al I Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Santiago de Compostela, 30-31 de enero y 1 de febrero de 2008.

Urabayen, Miguel (1994): "La investigación sobre comunicación social en España: panorama general". En Varios autores: *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), pp. 81-86.

Varios autores (2000): "Debat de l'àmbit d'Estructura i polítiques de comunicació". En Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació (UAB): *Universitat i periodisme. Actes de les jornades sobre continguts acadèmics i docència a la llicenciatura de periodisme*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, pp. 61-69.

Vilches, Lorenzo (2001): *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.

Xifra, Jordi y Antonio Castillo (2006): "Forty years of doctoral public relations research in Spain: A quantitative study of dissertation contribution to theory development", *Public Relations Review*, 32: 302-308.

## 6. Notas

[1] Con el título de "La investigación de la comunicación en España: apuntes sobre la emergencia, consolidación y desarrollo de una comunidad científica", este trabajo fue presentado en el I Congreso de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (Santiago de Compostela, enero de 2008), y recogido en las actas del mismo. Con respecto a aquel texto, en el último epígrafe de esta versión (sobre los retos planteados a la investigación comunicativa española en la actualidad) hemos redactado prácticamente de nuevo la *sugerencia* identificada aquí como E) para ajustarla al sentido de lo que estrictamente queremos plantear ahí, y se ha incluido una sexta.

[2] Sin ánimo alguno de agotar las referencias disponibles, se abordan cuestiones relativas a la investigación española sobre comunicación, o sobre *dominios* particulares (teorías de la comunicación, profesión periodística, relaciones públicas, economía política de la comunicación, periodismo, comunicación política, etc.) en Moragas, 1981, 1988, 1989, 1990 y 2005; Caffarel y otros, 1989; Gifreu, 1989; Idoyaga, 1990; Álvarez, 1993; Cáceres y Caffarel, 1993; Urabayen, 1994; Jones, 1994, 1997, 1998, 1999 y 2000; Berrio, 1997; Aguilera, 1998; Jones *et al.*, 2000; Martínez Nicolás, 2001, 2006 y 2007; Rodrigo, 2001; Xifra y Castillo, 2006; Almirón, 2007; García Jiménez, 2007; y Humanes, 2007.

[3] Un trabajo que puede servir de referente sobre lo que aquí queremos postular como *crítica científica* es el dirigido por Berrio (1997, resumido en Berrio, 1998) sobre la investigación de la comunicación en Cataluña. Y a eso habría que añadir algunos textos recientes que, al margen de cualquier otra valoración, indican al menos el interés creciente por ejercitar esa mirada crítica hasta ahora, por lo general, ausente (cfr., por ejemplo, Moragas, 2005; Martínez Nicolás, 2006 y 2007; y Almiron, 2007).

[4] Véase el capítulo 5: "De la dictadura a la democracia. La investigación de la comunicación en España: 1940-1980". Con un propósito similar, y en referencia a los estudios sobre comunicación en Cataluña, véase Gifreu, 1989.

[5] Cfr. Kuhn, 1962, *passim*. Para la referencia que hacemos más abajo al *racionalismo crítico*, véase Popper, 1934.

[6] Este texto debe ser tenido como un primer esbozo para una historia de la investigación sobre comunicación en España. Por esta razón, mucho de lo que digamos aquí acerca de las etapas o periodos que distinguimos en la evolución de la investigación en este campo necesitaría de matices, ampliaciones y aclaraciones que deben ser, justamente, el propósito de próximos trabajos sobre esta cuestión.

[7] Cfr. Moragas, 1981: 224-225; y Jones, 1997: 104.

[8] Cfr. Saperas, 1992: 29-41.

[9] Cfr. Breton y Proulx, 1989.

[10] La fina caracterización que hace Borrat (1990: 55-56) de ambas actitudes es la siguiente, que conviene citar *in extenso*: "Según los «profesionalistas», la enseñanza del Periodismo (i) encuentra lo «teórico» en los saberes profesionales en relación a los modelos de periodismo existentes y en sus modos de producción; (ii) encara la «práctica» como una reproducción de estos modelos y modos; y, por tanto, (iii) entiende las relaciones entre lo «teórico» y la «práctica» como un proceso de aplicación de los saberes profesionales a los casos concretos, asignando a estos saberes un carácter normativo para decidir, acometer y evaluar la producción y el análisis de los textos periodísticos". En cuanto al otro grupo: "Según los «comunicólogos», la enseñanza del Periodismo (i) encuentra lo «teórico» primordialmente en las Ciencias Sociales, entendiéndolo que es desde ellas

desde donde se debe describir, explicar y evaluar los saberes profesionales; (ii) encara la «práctica» como una combinación de la investigación y la creación de modelos y modos nuevos con la reproducción de los modelos y las formas existentes; y (iii) construye sus lecciones sobre el supuesto de que la naturaleza teórico-práctica de estas asignaturas [las implicadas en la *capacitación profesional* de los estudiantes] exige poner en interacción la teoría y la práctica, de forma que aquella oriente el buen camino de ésta, y ésta plantee nuevos problemas y exija nuevos desarrollos de aquella”.

[11] Para apoyar con mayor solvencia esta afirmación habría que hacer una lectura calma y detallada de las distintas contribuciones publicadas en el número 3 de la revista *Cuadernos de Información y Comunicación*, de 1997.

[\*] **Agradecimiento:** Este texto ha sido publicado en el volumen *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*, coordinado por Manuel Martínez Nicolás y editado por Tecnos. Se reproduce aquí con el expreso consentimiento de la editorial, a la que agradecemos la gentileza de haber permitido su difusión en *Revista Latina de Comunicación Social*.

La cita genérica del mismo debe remitirse a aquel volumen, en las páginas que se indican: Martínez Nicolás, M. (coord.): *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Tecnos, 2008, páginas 13-52.

#### **FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Martínez Nicolás, Manuel (2009): "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales", publicado en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, páginas 1 a 14. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2\_\_\_\_\_, de [http://www.revistalatinacs.org/09/art/01\\_800\\_01\\_investigacion/Manuel\\_Martínez\\_Nicolás.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/01_800_01_investigacion/Manuel_Martínez_Nicolás.html)

**DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-800-01-14**