

LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN ESPAÑA. BALANCE Y SUGERENCIAS

JOSEP LLUÍS GÓMEZ MOMPART

Universitat de València

RESUMEN

El artículo pretende hacer un balance del estado de la investigación en comunicación en España después de tres décadas de consolidación del campo científico, para lo cual se sirve de los datos principales (los centros académicos, los miembros de la comunidad, las infraestructuras documentales, las revistas y editoriales especializadas), así como señala las fortalezas y debilidades del sector, en función de las prácticas institucionales y las rutinas productivas. Finalmente, a modo de corolario, propone algunas mejoras con el fin de superar las amenazas y aprovechar las oportunidades.

Palabras clave: Investigación en comunicación, campo comunicativo, comunicólogos.

En España no contamos con estudios pormenorizados sobre la investigación en comunicación en general, como ocurre en algunos países europeos (Gran Bretaña, Francia, Italia...), latinoamericanos (México, Brasil, Argentina, Colombia, Venezuela...) o en Estados Unidos, salvo algunas aproximaciones al campo. Las más significativas son las de Daniel E. Jones (1998), «Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas», y la de Miquel de Moragas (2005), «Investigación de la comunicación y política científica en España». Posteriormente al cierre de este artículo se publicó un interesante y nada complaciente trabajo de Manuel Martínez Nicolás (2006), «Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento».

De menor amplitud, también cabe citar estos trabajos: Miguel de Aguilera (1998), «La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica»; M^a Dolores Cáceres y Carmen Caffarel (1993), «La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990»; y Carmen Caffarel, M. Domínguez y Vicente Romano (1989), «El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987)».

Las citadas aportaciones, pese a sus diferencias, suelen ser evaluaciones someras y apenas entran en la crítica individualizada de los estudios a los que se refieren, y a lo sumo interpretan el alcance y el valor de las principales tendencias. La única excepción, pero sólo para Cataluña (aunque la investigación de esta nacionalidad representa un tercio de la española en este ámbito), es la obra colectiva¹ de la UAB dirigida por Jordi Berrio (1997): *Un segle de recerca en comunicació a Catalunya. Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*.

Este trabajo –que tuvo un interesante antecedente en Josep Gifreu (1988), «Mass Communication Research in Catalunya»– supuso una investigación minuciosa tras la lectura y análisis de la mayoría de los principales trabajos de investigación publicados en el campo de la comunicación, desde las primeras reflexiones de autores interesados por el tema del período intersecular hasta las de los investigadores *tout court* de la última medio centuria del siglo XX. La reseña a tumba abierta de los trabajos propios y ajenos (aunque los primeros, en algunos casos, tratados con más benevolencia), agrupados por grandes áreas con la excepción del cine, supuso un revulsivo para esa comunidad científica, raramente autocrítica, y menos en público, salvo cuando se dan enfrentamientos personales. Un trabajo parecido, algo menos extenso y de tono más suave, se realizó recientemente bajo la coordinación de quien escribe estas líneas para el caso del País Valenciano, cuya publicación está prevista para el invierno de 2008.

Pese a ello, la configuración del campo científico –aún sin contar con el suficiente reconocimiento administrativo en los Programas de I+D+i ministeriales– ya está consolidado y bastante aceptado en los medios académicos de las ramas afines, lo cual no niega todavía ciertas reticencias de tintes aristocráticos entre algunos colegas de áreas de conocimiento con más solera. Eso se explicaría, parcialmente, por el hecho de que pese a la proliferación de centros y el crecimiento del número de investigadores, así como el notable desarrollo editorial con revistas y colecciones especializadas, el porcentaje de proyectos precompetitivos es relativamente menor a otros campos de las Ciencias Sociales. Y así se plasma en De Moragas (2005) y en un trabajo, ampliación del anterior, que dicho investigador preparó para el congreso de la IAMCR-AIERI celebrado en julio de 2007 en París.

EL BOOM DE LA ENSEÑANZA COMUNICATIVA

El crecimiento de las instituciones universitarias dedicadas a la comunicación en España ha sido espectacular en tan sólo tres décadas y media. Así, se ha pasado de tres facultades a principios de los años setenta del siglo pasado a

¹ Además de Jordi Berrio, el equipo estaba compuesto por Josep Lluís Gómez Mompарт, Joan Manuel Tresserras, María Corominas y Lluís Badía.

cuarenta y cuatro centros que en el 2007 impartían ciento veinte titulaciones de grado, un número tres veces mayor de másters y medio centenar de doctorados (ninguno de ellos con mención de calidad, atributo que la ANECA concede con grandes exigencias). Este último dato sería un claro indicador que la cantidad de facultades –al menos en el grado más superior de la formación de investigadores– tampoco es equivalente en cuanto a calidad en comparación con otros campos y titulaciones con mucha más larga y mejor experiencia. Una de las razones de ese despliegue extraordinario de centros de enseñanza e investigación radica en la gran demanda de los estudios de comunicación, exagerada a todas luces a tenor de las dificultades *a posteriori* de encontrar empleo para sus titulados, pero muy apetitosa para universidades en una época de retroceso demográfico universitario.

Los 44 centros universitarios de comunicación agrupaban en el curso 2006-07 a casi 45.000 estudiantes –lo que representaba el 6% del total de estudiantes de licenciatura en España-, cuyas clases eran impartidas por unos 4.000 profesores específicos de las dos áreas de conocimiento administrativamente oficiales (Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad), y los cuales se distribuían de la siguiente manera:

- 24 de universidades públicas: donde se hace bastante investigación.
- 12 de universidades católicas: en las que se hace algo de investigación.
- 8 de universidades privadas: donde se hace poca investigación.

El grado de dedicación a la investigación es comprensiblemente mayor en los centros públicos que en los privados, en primer lugar, porque sólo en ellos hay profesores con plaza ganada por concurso público y con pruebas o sistemas de acreditación rigurosos que implican no sólo buenos *curricula* docentes sino al menos con una cierta experiencia investigadora; y, también, porque los privados centran buena parte de sus esfuerzos en la docencia teniendo en cuenta que es su gran fuente de financiación y, en algunos casos, de negocio. Ello hace que su interés por la investigación –con honrosas excepciones– no sólo sea menor sino que, incluso, a veces ésta es casi simbólica o de poca enjundia.

El número de doctores en comunicación en España está en torno a los 1.500, mientras que las personas en las mencionadas facultades o en centros de investigación ligados a organismos públicos² –como sean los correspondientes

² Los centros principales de investigación no comerciales –al margen de los equipos e individuos de investigación de las facultades– son: el InCom (Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, aunque colaboran muchos investigadores de otras universidades catalanas), los Consejos Audiovisuales (particularmente el de Cataluña, el CAC), y el IORTV (Instituto Oficial de Radio y Televisión española). En Internet destacan estos dos portales: www.portalcomunicacion.com (del InCom, UAB, dirigido por Miquel de Moragas) y www.infoamerica.org (desde la Universidad de Málaga, dirigido por Bernardo Díaz Nosty).

a consejos audiovisuales o a corporaciones de radiotelevisión autonómicas– o privados –de emisoras, cadenas y editoras de prensa, o de empresas de estudios y sondeos– dedicadas a la investigación se elevan a unas 2.000. Sin embargo, muchas de ellas no realizan esa labor de manera continuada. Otro dato revelador es que, de los setecientos docentes universitarios con plaza de funcionario a través de oposiciones y/o habilitaciones (entre profesores titulares y catedráticos de universidad, un 15% del total), apenas la mitad cuenta con sexenios reconocidos de investigación por la ANEAI (si bien es cierto que algunos profesores, que no solicitan esos tramos o a quienes no se los conceden, también investigan).

En cuanto a las agrupaciones de investigadores que se mantienen estables, con mayor o menor actividad (especialmente destacan la AHC, la SEP y la SCC que celebran congresos regularmente, publican las actas de los mismos y/o editan revistas científicas), son éstas:

- Asociación de Historiadores de la Comunicación (AHC).
- Asociación de Investigación de Relaciones Públicas.
- Asociación Gallega de Investigación en Comunicación.
- Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores de la Comunicación.
- Sociedad Española de Periodística (SEP).
- Societat Catalana de Comunicació (SCC).
- Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura.

A lo largo de 2007 se ha ido gestando una nueva y general agrupación de investigadores, la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC). Una gestora surgida de la renacida Conferencia de Decanos de Comunicación fue la impulsora de la misma hasta que una comisión ejecutiva³ –surgida de una asamblea en la que participaron destacados investigadores y que fue apoyada por otro centenar de colegas– se hizo cargo de la preparación del primer congreso fundacional de la misma. Éste se celebrará a finales de enero de 2008, en la facultad de Santiago de Compostela⁴. Entre otros, la AE-IC persigue los siguientes objetivos:

³ La ejecutiva estaba presidida por Miquel de Moragas, siendo el secretario Josep Maria Blanco, y los vocales: Enrique Bustamante, María Pilar Diezhandino, José María Ricarte, Margarita Ledo y Francisco Sierra.

⁴ El primer congreso de la AE-IC se convocó bajo el título «I+C Investigar la comunicación». Y su esquema era éste: Conferencia inaugural (Investigar la comunicación. Retos científicos, compromisos sociales); Cuatro ejes temáticos. Sesiones especiales: I+C: democracia y ciudadanía, I+C: las políticas de comunicación y cultura, I+C: la sociedad de la información, e I+C: la creatividad y la producción de contenidos; Cinco áreas temáticas. Ponencias libres: Teorías y métodos de la investigación en comunicación, Estudios de recepción, Estructura de los

- evaluación de la producción científica española en comunicación;
- impulso de programas de formación investigadora;
- articulación de plataformas y programas de excelencia de investigación;
- registro de revistas de investigación y política de excelencia en publicaciones e indicadores de impacto; y,
- coordinación con asociaciones internacionales: ALAIC, ECREA, IAMCR-AIERI, ISA, etcétera.

Publicaciones y editoriales especializadas

Después de un cuarto de siglo de la consolidación del campo científico en España, a mediados de la primera década del presente siglo se contabilizaban dos docenas de revistas de comunicación de una cierta envergadura, prácticamente todas ellas vinculadas a las facultades donde se imparten títulos de esa misma especialidad. Con alguna excepción, las más destacadas por la cantidad y variedad de investigaciones –tanto teóricas como empíricas o aplicadas– se circunscriben a los centros universitarios más consolidados (Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Complutense de Madrid, Universidad del País Vasco, Universidad de Navarra, Universidad de Sevilla), aunque desde los años interseculares también habían aparecido otras, algunas de las cuales ya han madurado (Universidad Ramón Llull de Barcelona, CEU San Pablo de Valencia⁵ y Madrid, Universidad de la Laguna).

La relación de revistas de comunicación editadas en distintas ciudades españolas es la siguiente:

- *Ámbitos. Revista internacional* [antes «andaluza»] *de comunicación* (Sevilla).
- *Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura* (Barcelona).
- *CIC. Cuadernos de información y comunicación* (Madrid).
- *Comunicación & Cultura* (Salamanca).
- *Comunicación y estudios universitarios* (Valencia).
- *Comunicación y sociedad* (Navarra).
- *Comunicar* (Andalucía).
- *Cuadernos de documentación multimedia (RE-CD)* (Madrid).
- *Cuadernos de información y comunicación* (Madrid).
- *Documentación de las ciencias de la información* (Madrid).

medios, Estudios sobre el discurso, Tecnologías de la comunicación y la información; Sesiones extraordinarias: La investigación de la comunicación en España. Seis décadas, La investigación de la comunicación y la docencia en las Facultades de Comunicación, Política de investigación y comunicación, y Cooperación España-América Latina.

⁵ Éste es el nombre que tenía originariamente, pero desde hace unos años este centro valenciano recibe el nombre de Universidad Cardenal Herrera-CEU.

- *Doxa comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales* (Madrid).
- *Estudios sobre el mensaje periodístico* (Madrid).
- *Historia y comunicación social* (Madrid).
- *LOGO. Revista de retórica y teoría de la comunicación* (Salamanca).
- *Mediatika. Cuadernos de medios de comunicación* (San Sebastián).
- *Periodística* (diversos lugares).
- *Quaderns de filologia. Estudis de comunicació*⁶ (Valencia).
- *Revista de ciencias de la información* (Madrid).
- *Revista de ciencias sociales y de la comunicación* (Murcia).
- *Revista latina de comunicación social* (La Laguna).
- *Revista universitaria de publicidad y relaciones públicas* (Madrid).
- *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* (Madrid).
- *Teoría y tecnología de la comunicación* (Sevilla).
- *Treballs de comunicació* (Barcelona).
- *Trípodos. Llenguatge, pensament, comunicació* (Barcelona).
- *Zer. Revista de estudios de comunicación* (Bilbao).

Con el objetivo de conocer los resultados de la evaluación, en cuanto a calidad editorial y de contenido, Elea Giménez Toledo y M^a Dolores Alcain (2006) llevaron a cabo una interesante y rigurosa investigación de las revistas españolas correspondiente a los años 2004 y 2005, como parte de un proyecto financiado por la Dirección General de Universidades del MEC. Otros proyectos evaluadores para el mismo ámbito los desarrollan investigadores de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Barcelona (<http://bd.ub.es/miar/default.php>) y el grupo de Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica de la Universidad de Granada (<http://ec3.ugr.es/in-recs/>).

En el trabajo de Giménez Toledo y Alcain se constata –entre otras cosas– una cierta debilidad del campo a través de la escasa participación de la comunidad: de la encuesta que estas investigadoras remitieron para su estudio –de valoración por pares– a 196 investigadores (casi la totalidad entonces de catedráticos y titulares del área de Periodismo) sólo recibieron 68 respuestas, o sea, un 34,7%. A través de diversos cálculos, en su estudio queda claro que las revistas más relevantes son, por orden de antigüedad, *Anàlisi* (1980), *Telos* (1985) y *Zer* (1996). Destacan también: *Comunicación y sociedad* (1988), *Historia y*

⁶ Hasta el 2007 sólo habían salido tres números, dos de Comunicación Audiovisual y uno de Periodismo. Los posteriores ya solamente llevarán como nombre, de esta revista de la Universidad de Valencia, *Estudis de comunicació*, dado que también desde ese año el centro pasó a denominarse Facultad de Filología, Traducción y Comunicación.

comunicación social (1993), *Estudios del mensaje periodístico* (1994), *Trípodos* (1996), *Ámbitos* (1998) y *Revistas Latina de comunicación social* (1998).

De las conclusiones del citado estudio merece mencionarse que hay un exceso de revistas de esta especialidad lo que implica que a menudo algunas de ellas tienen problemas para recibir suficientes originales; en ocasiones, eso va en detrimento de la calidad de los textos que se publican. Debe remarcarse que sólo unas pocas someten sus artículos a la evaluación ciega por pares y que, por tanto, al no cumplir con todos los requisitos de calidad formal, tan sólo son cinco las revistas que están presentes en alguna base de datos internacional. Todo ello explicaría el escaso reconocimiento de esas revistas de comunicación entre los mismos especialistas españoles, quienes prefieren consultar revistas extranjeras tanto para estar al día como para sus investigaciones.

Otro apoyo fundamental para el estudio y la investigación son las bibliotecas especializadas en comunicación. En este terreno puede presumirse que, por lo general, buena parte de las facultades españolas cuentan con buenos fondos documentales y, en algunos casos, con bibliotecas y hemerotecas de calidad internacional reconocida. Ese sería el caso de las de la Universidad Autónoma de Barcelona (en Bellaterra), de la Universidad Complutense de Madrid, de la Universidad de Navarra (en Pamplona) y de la Universidad del País Vasco (en Lejona, Bilbao).

En cuanto a las editoriales que tienen colecciones especializadas en comunicación, su número es elevado (una veintena), pero en su mayoría apenas publican investigaciones (particularmente con la excepción de «Aldea global» que editan conjuntamente cinco universidades: Alicante, Autónoma de Barcelona, Jaime I de Castellón, Pompeu Fabra de Barcelona y Valencia), sino sobre todo manuales y algunas monografías. En estos momentos prácticamente casi todas las asignaturas del conjunto de planes de estudio de las tres titulaciones de comunicación en España cuentan, al menos, con dos o tres manuales, comprensible con la infinidad de potenciales lectores, especialmente estudiantes, tanto españoles como latinoamericanos.

Éstas son las editoriales con colecciones de comunicación: Akal, *Aldea Global*, Ariel, Bosch, Cátedra, Ediciós do Castro, Ediciós Lea, Eudema, Eunsa, Forja, Fragua, Gedisa, Gustavo Gili, McGrau Hill, Paidós, Pirámide, Pòrtic, Rialp, Síntesis, Taurus, Tecnos, Tirant lo Blanch, etcétera.

PRINCIPALES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Si bien es cierto que prácticamente la tipología de investigaciones en comunicación en España cubre casi todo el abanico que internacionalmente es propio de este campo científico, con la excepción, por su escaso número, de estudios en antropología y psicología de la comunicación (salvo aquellos trabajos referidos sobre todo a consumo y publicidad), el conjunto de las mismas puede agruparse

en una docena de líneas. Probablemente, sin desmerecer otras muchas tendencias, hay un par donde la investigación española ha marcado alguna singularidad y de una u otra manera tiene cierto reconocimiento particularmente en algunos países de Latinoamérica y de Europa. Por un lado, algunos excelentes estudios de historia de la comunicación social y también –aunque menos– en historia del periodismo, y en la vertiente de estructura de la comunicación referida a los denominados espacios de comunicación, cuyas aportaciones catalanas –a tenor de una gran preocupación por la construcción comunicativa de la identidad cultural de una lengua minorizada, en una nación sin estado– han sido relativamente pioneras a escala mundial (con ciertos parecidos con las del Québec).

En resumen, las principales investigaciones en España pueden agruparse en las siguientes líneas, indicándose entre paréntesis, aquellas universidades que parcialmente han tenido mayor relieve los investigadores que han cultivado estudios de las distintas vertientes:

- Historia de la comunicación y del periodismo (UAB, UCM, CEU Valencia, UMA, UNA, UPF, USE, UV).
- Estructura mediática y Políticas de comunicación (UAB, UCH-CEU, UCM, UPV, USC, UPF, UMA, USE).
- Comunicación política y Opinión pública (UAB, UCH-CEU, UCM, ULL, UMA, UNA, UPF, URJC, USC, USE, UV).
- Comunicación periodística y digital (CEU Madrid, UAB, UCH-CEU, UCM, UC3M, ULL, UMA, UMU, UNA, UPV, UPF, URJC, URL, URV, USA, USC, USE, UV).
- Comunicación audiovisual: Cine, Radio y Televisión (CEU Madrid, UAB, UCH-CEU, UCM, UJI, UMA, UC3M, UNA, UPF, UPV, URJC, URL, USA, USC, USE, UV).
- Economía y Sociología de la comunicación (UA, UAB, UCM, UMA, UC3M, UNA, UPF, UPV, URJC, URL, USC, USE, UV).
- Publicidad, Marketing y Relaciones Públicas (CEU Madrid, UA, UCH-CEU, UAB, UCM, UMA, UC3M, UJI, UNA, UPV, URJC, USA, USC, USE, UVI).
- Teorías de la comunicación (UAB, UCM, UNA, UPF, URJC, USC, USE).
- Tecnologías de la comunicación (CEU Madrid, UCH-CEU, UAB, UCM, UMA, UC3M, UJI, ULL, UMA, UNA, UPV, URJC, URL, USA, USC, USE, UV, UVI).
- Estudios culturales, de educación y de género (CEU Madrid, UA, UCH-CEU, UAB, UCM, UMA, UC3M, UJI, UPF, UPV, URJC, USA, USC, USE, UV).
- Ética y Derecho de la información (CEU Madrid, UCH-CEU, UAB, UCM, ULL, UNA, UPF, URL, USA, USE).

Algunos inconvenientes de la investigación comunicativa

A partir de la experiencia investigadora de las dos últimas décadas, período de mayor cantidad y calidad de trabajos en este campo en España, se detectan algunas debilidades que muestran, por un lado, cuestiones que deberían resolverse o superarse, y, por otro, lastres para un normal y fructífero desarrollo del ámbito. Básicamente, esas distorsiones se pueden agrupar bajo tres enunciados:

I. *Quien paga, premia y condena*

Los organismos o instituciones principales que financian estudios de comunicación son: a) Ministerio de Educación y Ciencia, y Ministerio de Industria; b) los Gobiernos autónomos; y c) las Fundaciones o Institutos específicos (por ejemplo, el Instituto de la Mujer).

Los organismos de tipo A) y B) conceden ayudas a través de concursos pre-competitivos mediante la evaluación por pares de expertos: incomprensiblemente, pese a ser dinero público, no se publican las evaluaciones, sino sólo la lista de los proyectos finalmente subvencionados. Aunque, por lo general, las concesiones resultan más o menos acertadas, se dan casos también sorprendentes que parecen delatar desde una inclinación a los amigos o afinidad ideológica hasta cierta revancha o enemistad manifiesta (*cainismo*).

Por otro lado, en los últimos años parece constatarse que «la moderna política de investigación ha ido eliminando las ayudas genéricas para centrarse en las ayudas a programas con temáticas concretas; (...) los criterios que determinan esta regulación (...) responden demasiado a las necesidades y a la experiencia de la investigación de “ciencias”» (Moragas, 2005: 19).

En ese sentido, la apuesta por un empirismo formal y la investigación aplicada ha ido en detrimento de la ciencia básica o de la teoría, y del contexto integral o de la historia. Ambas tendencias hegemónicas, en el siglo XXI, son graves, dado que la sociedad de la información y del conocimiento necesita de una reflexión profunda y de revisión teórica, a la vez que de un enfoque global en términos de pensar históricamente.

En cuanto a la concesión de ayudas de los organismos de tipo C), ésta se aproxima a menudo al perfil de la misma entidad y a las líneas que ésta quiere llevar a cabo y, por lo general, preferentemente con unos investigadores determinados.

II. *Mucha masa crítica y escasa substancia*

El crecimiento desorbitado del sector comunicativo académico, cada vez mucho menos proporcional a las posibilidades del mercado que no a las necesidades sociales, es universitariamente poco racional, lo que ha ocasionado

—como hemos visto— una proliferación de centros y departamentos relativamente nuevos. Sin duda, ese proceso ha sido, en algunos aspectos, positivo: ha ensanchado y asentado el campo, ha creado nuevos puestos de trabajo, ha potenciado carreras de algunos profesores-investigadores y ha descentralizado la formación y la investigación.

De todos modos, el proceso general, salvo excepciones, ha sido una especie de refundación orgánica no siempre con los medios y equipamientos suficientes, a partir de la necesidad —derivada sobre todo de la docencia— de conseguir urgentemente un núcleo estable de docentes, sin apenas tiempo de formación, y con el objetivo de crear un equipo de investigación.

Sin embargo, la migración de docentes-investigadores con buen bagaje implica, por un lado, la desmembración de éstos de sus departamentos y equipos originarios y, por otro, la inclinación a transformarse de «cola de león» en «cabeza de ratón»; además de la tentación de caer más en la ineficaz competencia intercentros que en la colaboración de sinergias.

El proceso de crecimiento estructural, por tanto, pocas veces se ha traducido en un enriquecimiento de las investigaciones en general, sino en una redundancia temática algo aislada o en proyectos *de diseño a tenor de los concursos financiados*, raras veces científicamente ambiciosos o conectados con otras disciplinas y áreas, y pocas veces vinculados a redes internacionales.

III. Emisor y mensaje sobrestimados, receptor olvidado

En la mayoría de las líneas de investigación antes señaladas, la balanza en cuanto sujetos u objetos de atención por los especialistas ha recaído sobre todo en los emisores mucho más que en los receptores, lo que ha supuesto primar los acercamientos característicos de los paradigmas comunicativos clásicos: en unos casos, cargando el acento en los medios como emisores, en particular para los estudios analíticos de carácter económico, estructural, de política comunicativa e incluso en los aspectos tecnológicos; en otros casos, el mensaje ha sido casi el único centro de atención de los investigadores, a través de metodologías de análisis de contenido cuantitativo y/o cualitativamente o de la disección semiolingüística del discurso; y, finalmente, también se ha dado con frecuencia un cruce de las dos maneras de proceder anteriores al ocuparse de las rutinas productivas, ya fuera para revelar el papel jugado por medios y profesionales en la construcción social de la realidad o en la configuración de la agenda temática.

Los receptores han sido bastante olvidados, más allá de los limitados estudios de audiencias. Las excepciones se han reducido a pequeños grupos de discusión, muestras parcialmente representativas o encuestas con resultados previsibles, salvo ciertas investigaciones de historia que se han apoyado en métodos rigurosos y a la vez imaginativos, como son la explotación de memorias o de monumentos culturales indiciarios. Cabe reseñar también —como ya hemos advertido antes— la

escasez de planteamientos antropológicos, etnográficos y psicológicos, lo que ratifica el bajo interés por abordar la complejidad de la comunicación en tanto que procesos sociales y culturales.

Conclusiones a modo de sugerencias

A lo largo del texto se ha puesto de manifiesto no sólo el estado del arte del campo de investigación en comunicación, sino algunos de sus aciertos y, sobre todo, sus debilidades como balance del mismo. La fortaleza del sector, al menos académico, puede ser una amenaza, pero también puede reorientarse hacia varias oportunidades no sólo si se saben encarar desde los distintos centros y departamentos, sino también si los organismos de coordinación interfacultativos y de colaboración entre equipos de investigación interuniversitarios se desarrollan con una visión generosa y estratégica, dentro y fuera de España.

Modestamente y con el respeto a los miembros de la comunidad científica a la que pertenecemos, nos permitimos unas sugerencias con el ánimo de que nuestras perspectivas nos permitan ser moderadamente optimistas si...

- los docentes funcionarios no se estancan al obtener plaza vitalicia;
- los jóvenes investigadores superan ciertas rutinas de los mayores;
- se hacen públicas las evaluaciones de los concursos de proyectos;
- se consolidan equipos multidisciplinares e interuniversitarios;
- se comparten postgrados latinos Europa-América y mediterráneos;
- se pactan grandes ejes de investigación de carácter *global*;
- se recupera y se trabaja en investigación de base y teórica;
- se desarrolla y profundiza la investigación empírica;
- se centran las tesis doctorales en las grandes líneas consolidadas;
- se introduce la comunicación en el Plan Nacional de Investigación;
- se acuerdan relaciones estables de I+D+i con empresas del sector;
- se revitalizan las asociaciones existentes y se asienta una nacional; y,
- se estrechan relaciones con asociaciones similares internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA, M. de (1998): «La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica», *Comunicación & Cultura*, vol. 2, nº 2, Salamanca, Fundación Infancia y Aprendizaje, pp. 5-11.
- BERRIO, J. (dir.) (1997): *Un segle de recerca en comunicació a Catalunya. Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*, Bellaterra, UAB, 335 pp.
- CÁCERES, M.D. y CAFFAREL, C. (1993): «La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990», en *La investigación en la comunicación*, Madrid, AICE, pp. 23-30.

- CAFFAREL, C.; DOMÍNGUEZ, M. y ROMANO, V. (1989): «El estado de la investigación en comunicación en España (1978-1987)», *CINCO*, nº 3, Madrid, AICE, pp. 45-57.
- GIFREU, J. (1988): «Mass Communication Research in Catalunya», *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, Bellaterra, UAB, 140 pp.
- GIMÉNEZ TOLEDO, E. y ALCAIN, M.D. (2006): «Estudio de las revistas españolas de periodismo», *Comunicación y sociedad*, vol. XIX, nº 2, pp. 107-131.
- GÓMEZ MOMPART, J.L. (en prensa): «La recerca en comunicació en el País Valencià», monogràfic de *Treballs de Comunicació*, Barcelona, SCC (IEC).
- JONES, Daniel E. (1998): «Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas», *Zer*, nº 5, pp. 13-51.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (2006): «Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento», *Anàlisi*, nº 33, pp. 135-170.
- MORAGAS I SPÀ, M. de (2005): en X. López García, X. Pereira Fariña y X. Villanueva Rey (eds.), *Investigar sobre periodismo II*, Universidade de Santiago de Compostela, pp. 17-36.