

La investigación sobre comunicación en España: una visión panorámica

MIGUEL DE AGUILERA
Universidad de Málaga



Resumen

La investigación sobre la comunicación que se lleva a cabo en España ha conocido una evolución acelerada desde que se inició hace unas décadas hasta la actualidad, en que ha alcanzado un importante desarrollo, tanto por la cantidad de trabajos que se realizan como por la calidad que con frecuencia logran. De aquí que nuestra comunidad científica deba realizar una profunda reflexión metodológica, que examine las características de la investigación hasta ahora efectuada y sienta las bases para su debido desarrollo posterior. Sin embargo, el número de estudios de que disponemos sobre estas cuestiones es de todo punto insuficiente. Con el propósito de animar y respaldar esa reflexión, el presente estudio ofrece una sucinta visión panorámica sobre la evolución de esta investigación.

Palabras clave: Comunicación, metodología, epistemología, historia.

Communication research in Spain: An overall view

Abstract

Communication research in Spain has undergone a sped-up evolution since it began a few decades ago until today, and it has reached an important development, both because of the quantity of papers made on the subject and because of the quality they frequently achieve. Hence, our scientific community must carry out a deep methodological reflection, examining the characteristics of the research done up until now and settling the bases for its latter adequate development. However, the amount of research on these matters available is altogether insufficient. With the goal of encouraging and supporting that reflection, the present study offers a succinct panoramic view of this research's evolution.

Keywords: Communication, methodology, epistemology, history.

Observar el proceso evolutivo seguido por la investigación comunicacional en España, desde cierto punto de vista, equivale a contemplar cómo ha ido surgiendo y consolidándose un ámbito científico nuevo, alcanzando un grado cada vez mayor de autonomía en el marco de las ciencias sociales. Y es que, como es bien sabido, el campo científico de cualquier disciplina se define a partir de su objeto de estudio. En este caso, se trata de un objeto que se concreta y muestra bajo una variedad notable de formas; pero, a su vez, cada una de estas manifestaciones distintas que adopta la comunicación presenta varias facetas cuyo examen guarda relación con ciertos enfoques científicos. Esta idea es compartida por la mayoría de los autores que han examinado la evolución científica de la comunicación. De aquí que, por ejemplo, el italiano Mauro Wolf, en su ya clásica obra sobre la investigación en comunicación, caracterizase los medios de masas señalando que constituyen "al mismo tiempo un importantísimo sector industrial, un universo simbólico objeto de consumo masivo, una inversión tecnológica en continua expansión, una experiencia individual cotidiana, un terreno de enfrentamiento político, un sistema de mediación cultural y de agregación social, una manera de pasar el tiempo, etc." (Wolf, 1987, p. 11). El objeto de estudio de la comunicación abarca, pues, un conjunto de problemas cuya debida resolución, aún desde su propia especificidad comunicacional, requiere en todo caso tener en cuenta otros enfoques disciplinares, sobre todo, inscritos el marco de las ciencias sociales. Pero la filosofía de la ciencia ha establecido que la determinación de un específico objeto de conocimiento, en cualquier ciencia, resulta siempre condicionada por la concurrencia de una gama de circunstancias en un contexto histórico concreto; lo que también ocurrió en el caso que nos ocupa. Aunque, a los efectos de esa epistemología histórica, baste aquí con señalar que el gradual establecimiento del objeto científico de la comunicación se relaciona —entre otros aspectos diferentes— con las características específicas que iría adquiriendo la esfera cultural en las sociedades contemporáneas; en particular, con el nacimiento y desarrollo de la cultura de masas y de sus principales agentes, los medios de comunicación. En un contexto en el que se daban circunstancias como las apuntadas, la investigación en comunicación habría pues de definir ciertos problemas, sirviéndose para ello de los principales enfoques propios de diversas ciencias sociales, para ir ganando con el tiempo especificidad en los modos de abordar el estudio de estos fenómenos.

En España también se dieron circunstancias históricas concretas que habrían de permitir el desarrollo de la investigación sobre comunicación, si bien adoptando en nuestro caso un ritmo y unas formas singulares. En cualquier caso, la investigación comunicacional en nuestro país ha alcanzado ya un auge notable, tanto por lo que se refiere al número de investigaciones efectuadas cuanto a la calidad de los resultados logrados, desempeñando un papel de importancia considerable en el desarrollo de nuestra misma sociedad. De ahí que resulte de todo punto indispensable emprender una seria reflexión metodológica sobre nuestra investigación comunicacional, que se preocupe por cuestiones tales como las vías más apropiadas para avanzar en la consecución de los conocimientos, o como las circunstancias de producción de los saberes y las consecuencias que estos tengan sobre nuestra sociedad.

A pesar de la evidente necesidad de llevar esa reflexión a cabo, sin embargo, esa tarea choca con varias dificultades: entre otras, que adolecemos de una amplia y profunda revisión del conjunto de la labor investigadora hasta ahora realizada en esta materia. El número de estudios sobre la investigación comunicacional en España es, todavía, muy insuficiente, aunque quepa destacar en este sentido la seria reflexión que han llevado a cabo estudiosos como Manuel Martín Serrano y Miquel de Moragas; igualmente, la revisión general sobre la investigación en comunicación efectuada por Carmen Caffarel, Milagros Domínguez y Vicente Romano en 1990. Y ello, pese a que el grado de desarrollo alcanzado por nues-

tra comunidad científica precisa acometer esta tarea. De aquí que yo mismo realizase, junto con Alejandro Perales, un estudio que presentamos en algún foro internacional –solicitado por el creciente interés que despierta la investigación española–. Este artículo se apoya, precisamente, en esas fuentes, si bien aquí busque tan sólo ofrecer, con más modestia, una visión panorámica sobre la investigación española en esta materia. Que no pretende sino presentar, aunque sea en apretada síntesis –sin la menor intención de exhaustividad, obviando la extensa nómina de investigadores destacados e, incluso, alguna línea de estudio–, las principales tendencias seguidas por esa investigación en nuestro país, con el ánimo de respaldar la necesaria reflexión metodológica sobre la materia.

UNA EVOLUCIÓN ACELERADA

La constitución en España de una esfera científica autónoma en el campo de la comunicación ha respondido a un proceso que presenta rasgos singulares, condicionado por diversas circunstancias que han concurrido en la sociedad española a lo largo de varias décadas. Cabe sintetizar esos elementos condicionantes aludiendo a tres contextos en los que se inserta nuestra investigación comunicacional. En primer lugar, el *histórico-social*, que glosa tanto la evolución seguida, en general, por la sociedad española desde los años cuarenta hasta nuestros días, cuanto la conocida por nuestro sector de la comunicación durante ese mismo periodo, en el transcurso del cual se iría consolidando esta actividad en el marco de un mercado complejo y cuyo desarrollo habría de exigir una creciente cualificación de los distintos actores que participasen en él. En segundo lugar, el *contexto institucional* en el que se ha llevado a cabo esa investigación, respecto del que es preciso destacar la creación de las facultades de Ciencias de la Información con el fin de responder a las necesidades educativas de los diversos tipos de profesionales demandados por el mercado laboral de las comunicaciones. A estos efectos, hay que subrayar el establecimiento de los programas de doctorado, que permitirían el establecimiento de un ámbito de investigación científica, por más que sobre todo buscasen formar el profesorado necesario para atender el creciente número de alumnos matriculados en esas facultades, así como asegurar el logro de una formación eficaz para los técnicos y trabajadores intelectuales de alta cualificación que atendiesen las necesidades de desarrollo del sector. En tercer y último lugar, el *contexto científico*, respecto del que cabe mencionar, por un lado, las principales corrientes que han atravesado las ciencias sociales durante el periodo de tiempo antes señalado y, por otro lado, el grado de especificidad –o de diferenciación y complementariedad– que iría presentando el estudio de la comunicación.

Todas las circunstancias que configuran esos contextos son bien conocidas, lo que hace innecesario ocuparse de ellas con más detenimiento en estas páginas. Aunque sí convenga recordar, no obstante, que el vigoroso pensamiento logrado en el primer tercio de este siglo en el ámbito de las ciencias sociales y humanas trunció su desarrollo y quebró su continuidad en España al concluir la Guerra Civil. De modo que la *autarquía* propia de la primera etapa del régimen franquista redunda también en el distanciamiento de nuestras ciencias sociales respecto de las principales tendencias que seguirían esas ciencias en otros ámbitos e, incluso, respecto de las más importantes tradiciones del pensamiento social español. Esa situación de aislamiento, propia de la etapa autárquica, comenzaría a superarse en el transcurso de la década de los años 50, cuando la sociedad española inició su lento tránsito hacia la *normalización* política, social y cultural, esto es, hacia la adaptación a las imperiosas exigencias de su contorno.

En el ámbito de las ciencias sociales, y más en concreto en el de la comunicación, se produjo asimismo una lenta superación de la situación autárquica –impuesta en buena medida por las necesidades de desarrollo del sector produc-

tivo— que comenzó igualmente en esa década al introducirse en nuestro país los planteamientos de la *mass communications research* norteamericana. Hubo que esperar hasta el año 1962 para que se publicase el primer libro con enfoque crítico, el “Informe sobre la información” que el joven profesor Manuel Vázquez Montalbán redactó desde su reclusión carcelaria. A lo largo de la década de los años 60 y de la primera mitad de los 70, el régimen franquista habría de permitir una gradual liberalización de la edición y, más en general, de la circulación de las ideas y las informaciones. Y con ella se inició la publicación en nuestro país de obras que daban cuenta de las tendencias variadas del pensamiento social —y comunicacional— contemporáneo. Así iría, pues, comenzando la *normalización* del estudio científico de las comunicaciones en nuestro país, que hizo finalmente posible la formación de cierta *masa crítica de investigadores* y la *homologación* de nuestra producción científica con la que se desarrollaba en otros países.

Esa acomodación a las exigencias de su entorno de la investigación española sobre comunicación, ese proceso que permitiría la equiparación de nuestra producción científica con la que se lleva a cabo en otros contextos, se ha producido en un breve periodo de tiempo, sobre todo, el que abarca desde la mitad de la década de los 70 hasta nuestros días. Y ello, a pesar de que ese desarrollo científico tuvo que superar diversas dificultades: entre otras varias, la de realizar una necesaria síntesis entre los planteamientos intelectuales de las *dos Españas* escindidas tras la Guerra Civil, pero también la de ofrecer respuestas adecuadas a varios retos imperativos. Así, por ejemplo, nuestra investigación hubo de responder al establecimiento del sistema democrático y de su desarrollo autonómico, y tuvo que adaptarse a los cambios —tecnológicos, culturales, económicos, ...— que, con rapidez e intensidad inusitadas, atraviesan nuestra sociedad.

En todo caso, nuestra investigación científica sobre la comunicación ha conocido en esos años la simultánea presencia de los principales paradigmas metodológicos y de las más destacadas corrientes en las ciencias sociales, lo que no ha impedido —sino, antes bien, facilitado— su pronta maduración. Aunque esta investigación adolezca, en términos generales, de algunos males, entre los que cabe mencionar la falta de una sólida tradición metodológica, así como el acentuado distanciamiento entre la investigación fundamental y la aplicada. La primera, asentada sobre todo en las universidades, se ha mostrado excesivamente interdisciplinar y abierta a la inmediata influencia de las sucesivas corrientes científicas; su marcado carácter ensayístico resultó afectado, sin embargo, por la crisis postmoderna que durante años la ha aquejado y en virtud de la cual la investigación aplicada pasaría a ocupar una posición predominante, tanto en términos cuantitativos como cualitativos —al perderse los grandes referentes teóricos e imponer sus modelos, excesivamente aplicados, y su perspectiva microteórica—.

La situación actual de nuestra investigación comunicacional puede contemplarse, sin embargo, con cierto optimismo. Pues en los últimos años parece apreciarse —como resultado de toda la evolución anterior— cierto incremento en la elaboración de marcos teóricos propios, de mayores amplitud y dimensión crítica, parejo al aumento del nivel empírico y de los hábitos experimentales desarrollados por los investigadores. Pero la consolidación de nuestra investigación en un espacio científico autónomo requiere aún perseverar en el salto cualitativo que ha dado; y para ello, entre otras tareas, profundizar en esa unificación entre los marcos teórico y metodológico, redefinir los problemas de los que ha de ocuparse y reflexionar sobre la misma investigación en comunicación —realizando estudios sobre la producción científica anterior, examinando las condiciones en que se produce la investigación así como los métodos más apropiados para su debida aplicación en cada caso, entre otras cuestiones—.

La investigación comunicacional española ha incorporado, en el transcurso de su historia, una amplia nómina de estudiosos, crecida especialmente en los últimos lustros —cuando este campo científico ha conocido su más intensa evolución— A lo largo de esos años, nuestros investigadores han llevado a cabo un elevado número de trabajos en los que se han ocupado de una amplia y variada gama de cuestiones, multiplicándose asimismo las hipótesis y los enfoques. De aquí que, renunciando de antemano a realizar una descripción pormenorizada así como a toda pretensión de exhaustividad, pase a continuación a presentar una visión que, por el contrario, se fija en lo general, en la investigación en su conjunto; una visión, pues, panorámica de la investigación española en materia de comunicación, glosando su desarrollo en el marco de una serie de ámbitos o campos —cuyos límites, por otro lado, no son siempre fáciles de establecer.

El primer ámbito que cabe mencionar es el *jurídico*, pues nuestra investigación hubo de responder a la necesidad de pensar un marco normativo que adaptase nuestras comunicaciones a circunstancias tales como el ordenamiento democrático, su singularidad autonómica, la vinculación de España con la Unión Europea o, igualmente, la adaptación a los muy intensos y acelerados cambios que atraviesan nuestro sistema social (tecnológicos, nueva posición central que ocupa el *mercado* en las comunicaciones, *oleada liberalizadora*, ...).

En estrecha vinculación con ese ámbito —así como con los que menciono a continuación— cabe aludir al de las *políticas de comunicación*, que ha exigido notables esfuerzos de estudio para establecer los nuevos modelos de nuestro sistema comunicativo en un contexto cambiante. Así, ha sido preciso reflexionar, entre otras cuestiones, sobre los espacios globales en los que se insertan nuestras comunicaciones (por ejemplo, en los espacios europeo y latinoamericano), la recomposición del modelo español derivada, entre otras razones, de los cambios tecnológicos, los modelos regionales y locales de comunicación, etcétera.

El *análisis de las industrias culturales* y de los *aspectos económicos* de los medios de comunicación es asimismo un campo que ha reunido un número extenso de investigaciones, entre las que cabría distinguir, por un lado, las que obedecen a una perspectiva crítica —más próximas a planteamientos sociológicos y politológicos— y, por otro lado, las que responden más a lo que podríamos calificar como *lógica empresarial*. Entre los numerosos y variados aspectos tratados en este ámbito cabría, quizá, destacar las vinculaciones políticas y económicas de los medios de comunicación, la dimensión institucional de las prácticas de producción informativa o la estructura del sistema de comunicación.

Por su parte, la *sociología* y la *psicología de la comunicación* han conocido un desarrollo estrechamente ligado a los ejes más relevantes del pensamiento sociológico y psicológico contemporáneo. La psicología de la comunicación goza de mucha menor tradición en España que en otros países —sobre todo, germánicos y anglosajones—, aunque cuente no obstante entre nosotros con investigadores muy cualificados. La sociología de la comunicación, sin embargo, dispone de un número más nutrido de investigadores, lo que le ha permitido dedicar sus esfuerzos, en términos globales, a repensar nuestra sociedad a partir de sus esferas comunicacional y cultural.

También ha florecido entre nosotros —apoyándose en una rica tradición intelectual— el análisis de las comunicaciones atendiendo a sus *contenidos* y a lo que podríamos calificar en general como su *dimensión lingüística*. De aquí que, además de la misma práctica metodológica del análisis de contenido, quepa mencionar destacadas tendencias investigadoras en el dominio semiótico, en el narratológico y en el análisis del discurso, entre otros.

La *historia de las comunicaciones* goza en España de una notable tradición, contando con numerosos investigadores, si bien en fechas recientes una más estricta influencia de la historiografía esté enriqueciendo este campo en medida apreciable, que se beneficia pues de su encuentro con ciertos métodos y tendencias de la ciencia histórica.

La *teoría de la comunicación*, en cuanto *región* especializada del más amplio campo de la teoría social, participa asimismo del proceso de desarrollo que ésta conoce en los últimos años, y debe afrontar además toda una serie de nuevos y específicos retos: en el nivel epistémico, en el metodológico, en la reelaboración de sus objetos de análisis e, incluso, en las esferas de la ética y la política.

Además de los ámbitos aludidos, cabría asimismo mencionar varias otras tendencias o líneas de investigación, como la que se ocupa de la *dimensión tecnológica* de las comunicaciones —por más que esta línea atravesase transversalmente varios de los ámbitos antes señalados—, u otras más clásicas, como las que relacionan la comunicación con la *educación* o con el *arte*, así como otras más especializadas, como la que examina la comunicación y el *deporte*, la comunicación y los *riesgos*, y una extensa nómina más de orientaciones investigadoras. Pero esa labor escapa a los propósitos de este artículo. Baste pues concluir añadiendo a la anterior relación una breve alusión a *la comunicación aplicada*. Que goza entre nosotros de una positiva situación, tanto por lo que se refiere a la abultada cantidad de investigaciones realizadas, cuanto a la general calidad de las mismas —bien precisas y, por lo general, sólidamente fundamentadas en lo metodológico—. Con ánimo de glosa cabría señalar que esta investigación se aplica, de forma destacada, a la comunicación institucional y organizacional así como a la optimización de las industrias culturales, sobre todo, en lo que se refiere a la relación establecida entre las audiencias, la programación y la publicidad. A este respecto son de subrayar los estudios de audiencias, que ya no se limitan al tradicional Estudio General de Medios y la más reciente audimetría, sino también a los estudios de previsión de audiencias y a los análisis complementarios de las mismas; asimismo, la aplicación de los análisis de contenido y el desarrollo reciente de la investigación publicitaria, en los últimos años más volcada en la investigación cualitativa y en la combinación de los criterios cualitativos y cuantitativos para los estudios de eficacia comunicativa.

Es preciso, a mi juicio, finalizar esta visión panorámica sobre la investigación española en comunicación señalando que entre las fuentes más relevantes en las que se ha podido apoyar se encuentran las revistas —tanto las especializadas, cuanto las de otra índole que, sin embargo, han publicado con alguna frecuencia trabajos relacionados con la comunicación—, las editoriales que incluyan colecciones o publicaciones más esporádicas sobre la materia, los centros de documentación y los congresos y encuentros científicos. Igualmente, es preciso indicar que las más importantes instituciones en cuyo seno se ha desarrollado esta investigación son, sobre todo, las universidades —hasta ahora, en particular las universidades públicas, que se han multiplicado en los últimos años—, las Administraciones públicas, el sector empresarial —sobre todo, las empresas de radio y televisión y, de otra parte, las del mundo de la publicidad y las que llevan a cabo estudios de opinión y de mercado—, así como Fundesco, la fundación de la Compañía Telefónica que, por desgracia, ha desaparecido en fechas recientes del escenario de la investigación comunicacional, perdiendo así el merecido protagonismo que durante muchos años ha mantenido en este terreno.

11 Referencias

- AGUILERA, M. de y PERALES, A. (1995). Les tendances de la recherche communicationnelle en Espagne. En P. Winterhoff-Spurk (Ed.), *Psychology of media in Europe*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- CAFFAREL, C., DOMÍNGUEZ, M. y ROMANO, V. (1990). *El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)*. (Mimeo).
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1962). *Informe sobre la información*. Barcelona: Fontanella.
- WOLF, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

Sobre el autor

Miguel de Aguilera Moyano, Doctor en Sociología, es Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Málaga, donde imparte las asignaturas de Teoría de la Comunicación e Historia de la Fotografía y del Cine. Anteriormente, fue Profesor Titular en Universidad Complutense de Madrid, y ha profesado asimismo en las universidades de Alcalá de Henares, Manchester y Düsseldorf. Su labor investigadora se ha ceñido sobre todo a la sociología de la comunicación, aunque haya desarrollado también una amplia labor en la investigación aplicada. Ha sido Secretario General del Comité de Investigación sobre Comunicación, Conocimiento y Cultura de la Asociación Internacional de Sociología, Director del Instituto Euroamericano de Ciencia, Comunicación y Cultura Antonio Machado (Universidad de Alcalá de Henares), *visiting fellow* de The European Institute for the Media, miembro del Foro Europeo del Cine y la TV. En la actualidad es Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Málaga.

Dirección:
Universidad de Málaga
Facultad de Ciencias de la Información.
Campus de Teatinos.
29071 Málaga.