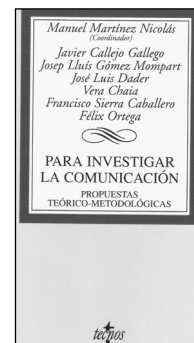


MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (coord.) *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid: Editorial Tecnos, 2008. 244 pàgines.
ISBN: 978-84-309-4821-5

PER MIQUEL RODRIGO ALSINA

Catedràtic de Teoria de la Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra



Fa una mica més de 35 anys, els estudis de comunicació van assolir el rang d'universitaris a Espanya, concretament en el curs acadèmic 1971-1972. Des d'aleshores, i sobretot a partir de la dècada dels anys noranta, la proliferació d'investigacions i publicacions especialitzades ha presentat un augment espectacular. Ara bé, és possible que encara quedi pendent la consolidació epistemològica, és a dir, la de la identitat de la disciplina.

El llibre que es presenta a continuació ajudarà sens dubte a enfortir el múscul disciplinari dels estudis de comunicació. Estem davant una obra col·lectiva que, si bé no pretén representar tota la comunitat científica, sí que ens ofereix un panorama excel·lent sobre la situació de la recerca comunicacional espanyola. El text està compost per set capítols en els quals set autors —sis professors espanyols i una professora brasilera— tracten diferents aspectes, camps i objectes d'estudi de la recerca sobre comunicació.

Manuel Martínez Nicolás, que és el coordinador de l'obra i professor de la Universitat Rei Joan Carles de Madrid, no tan sols en fa la presentació general sinó que també és l'autor del primer capítol, "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales". En aquest text podem trobar una densa, sintètica i ben estructurada història de la recerca comunicacional espanyola dividida en tres períodes: de 1965 a 1980 (l'emergència disciplinària), de 1980 a 1995 (la consolidació i l'agitació del camp) i de 1995 a l'actualitat (la diversitat, el reconeixement i els reptes actuals). En cadascun d'aquests períodes s'analitzen les condicions històriques, l'estructura de la comunitat científica i l'orientació general de la recerca. Ens trobem davant d'una excel·lent interpretació de la recerca espanyola sobre comunicació. Com sempre passa amb els estats de la qüestió que intenten abraçar dècades, es podrien puntualitzar alguns aspectes, però en conjunt cal reconèixer que és una revisió molt il·lustrativa de l'estat de la recerca.

El professor de la Universitat Nacional a Distància (UNED) Javier Callejo Gallego planteja un dels clàssics objectes d'estudi de la recerca sobre comunicació: les audiències. Amb tot, el

fet que es tracti d'un dels objectes d'estudi que es van desenvolupar des dels inicis de la disciplina no treu que planteji problemes. En aquest sentit, el títol d'aquest segon capítol és ben explícit: "Audiencias multimedia: múltiples problemas, múltiples intereses". Les tecnologies de la informació i la comunicació han incrementat notablement la complexitat en el panorama comunicatiu, en general, i en la seva recerca, en particular. L'estudi de les audiències no és aliè a aquests canvis en el sistema mediàtic. Aquests problemes no es refereixen únicament a la quantificació de les audiències sinó també a l'ús que en fan dels mitjans. En aquest sentit, sense treure importància a la quantificació, el text s'aproxima als estudis de recepció. En aquest sentit Callejo Gallego considera que la tendència de la recerca en aquest àmbit es manifesta en "la centralitat adquirida pel consum de mitjans de comunicació i, en general, per l'ús de màquines de comunicar entre les pràctiques de consum en general; i la imparable convergència digital de tots els mitjans de comunicació" (pàg. 79).

El tercer capítol, "Historia de la comunicación e historia del periodismo: enfoques teóricos y metodologías para la investigación", és obra de Josep Gómez Momparr, professor de la Universitat de València. L'autor fa una important diferenciació entre la història dels mitjans de comunicació, la història del periodisme i la història de la comunicació, encara que també els reconeix un inevitable aire de família. Es tracta d'un capítol que hauria de ser de lectura obligatòria per a aquells que pretenen fer un tractament històric del món de la comunicació o, com diu l'autor, d'aquells que desitgin "historiar la comunicació" (pàg. 116).

Un altre dels camps d'estudi que es tracten en l'obra és la comunicació política. L'autor del text és el professor José Luis Dader de la Universitat Complutense de Madrid. El títol d'aquest quart capítol no pot ser més explícit: "La adolescente investigación en comunicación política: estructura del campo y tendencias prometedoras". Aquest text recull els diferents enfocaments epistèmics per a l'estudi de la comunicació política (comportamentalista, estructural-funcional, interaccionista / constructivista i dialògic), així com els objectes d'estudi prefe-

rentment investigats. També fa una breu referència als mètodes de recerca utilitzats. Finalment, un apartat molt útil d'aquest capítol tracta les fites bibliogràfics que han marcat la recerca d'aquest camp en els darrers anys.

“Investigación sobre comunicación política en Brasil” és el cinquè capítol del llibre. La seva autora és la professora Vera Chaia, de la Pontifícia Universitat Catòlica de São Paulo. Sense qüestionar l'interès intrínsec del text, potser queda una mica desubicat, ja que tracta la recerca al Brasil. Aquest capítol i el capítol setè són potser els que fan perdre, per motius diferents, una certa lògica interna a l'obra. De tota manera, el text de la professora Chaia és un breu i interessant estat de la qüestió en què es contextualitza la recerca i s'ofereix un panorama aclaridor de les recerques, els centres i els grups d'investigadors brasilers.

Francisco Sierra Caballero, de la Universitat de Sevilla, és l'autor del capítol sisè del llibre, titulat “Sociedad de la información y comunicología. Una crítica económico-política”. La denominada *societat de la informació* és segurament el fenomen polític, comunicatiu i social més impactant que ens està tocant viure. Com ja s'ha apuntat en un altre capítol d'aquest llibre, les tecnologies de la informació i la comunicació tenen un efecte transformador important sobre el món de la comunicació. De vegades, però, els canvis no han permès tenir una visió crítica sobre allò que s'està esdevenint. En aquest capítol, des de la perspectiva de l'economia política, es fa una interessant aproximació crítica a com es pot estudiar aquesta realitat emergent.

El setè i últim capítol del llibre es titula “Periodistas: entre la profesionalidad y el aventurismo”. El seu autor és el professor de la Universitat Complutense de Madrid Félix Ortega. En aquest capítol s'analitza la professió periodística des del franquisme i es plantegen diferents models professionals. El que diferencia aquest capítol dels anteriors és que, mentre en els altres s'analitzen la recerca (espanyola o brasilera), aquí no es tracta la recerca sobre la professió periodística sinó més aviat les seves diferents (auto)representacions. Així, es mostren els punts forts i els punts febles de la professió.

Per acabar, podem afirmar que estem davant un text de gran interès i utilitat per als investigadors de la comunicació perquè, com afirma Martínez Nicolás en la seva presentació, el text ofereix “propostes teoricometodològiques per investigar sense risc la comunicació” (pàg. 11).