

Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas

Daniel E. Jones

Doctor en Ciencias de la Información; profesor de la Universitat Autònoma de Barcelona y de la Universitat Ramon Llull

Resumen: Visión panorámica de la enseñanza y la investigación realizadas en las distintas regiones españolas. En lo que se refiere a la investigación, se proporciona una lista de las principales bibliotecas y centros de documentación, editoriales y revistas especializadas. Se revisan los diversos campos que existen en la investigación: estructura, política, economía, teoría y sociología de la comunicación, historia de los medios, ética, derecho, comunicación política, educación a través de la imagen, publicidad, marketing y relaciones públicas, tecnología de la información y documentación. Se enumeran los principales investigadores en cada uno de estos campos, juntamente con las autonomías e instituciones en las que trabajan.

Abstract: This paper provides a comprehensive picture of the teaching and research which is carried out in the different regions of Spain. With reference to reseach, the principal libraries and documentation centres publishers and specialist journals are listed. There is also a review of the various trends in reseach; structure, policies, economics, the theory and sociology of communication, media history, ethics, law, political communication, education through the use of image, advertising, marketing and public relations, information technology and documentation. The main researchers in each of these fields are listed, together with the regions and institutions in which they work.

[Introducción](#)

[1. Antecedentes históricos](#)

[2. Distribución territorial de la investigación](#)

[3. Líneas de investigación más desarrolladas](#)

[4. Conclusiones y tendencias de futuro](#)

[Referencias bibliográficas](#)

[Introducción](#)

La conformación del campo académico de la comunicación en España ha sido más lenta que en el resto de Europa y, por supuesto, que en Estados Unidos; en ciertos aspectos, incluso, que en América Latina. La razón es comprensible si se tiene en cuenta el largo período franquista (1939-75), que no favoreció, precisamente, el desarrollo de la investigación en este campo, a pesar de que en el primer tercio de siglo se hubieran publicado ya algunos textos doctrinales de interés, sobre todo en los campos de la prensa y la opinión pública y, en menor medida, en los de la cinematografía, la radiodifusión y la publicidad.

De todas maneras, el despegue actual de la investigación académica española es posterior al franquismo - particularmente de los años ochenta y noventa-, sobre todo merced a la consolidación de las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación que se han ido implantando en las diferentes comunidades autónomas. En este artículo se presenta una panorámica de la evolución de la investigación en este campo académico y se explican cuáles han sido sus actores protagónicos: las instituciones -documentación, docencia e investigación- y los teóricos de las diferentes ramas.

En España no se ha publicado hasta ahora ningún texto exhaustivo y global que explique la trayectoria de los estudios sobre comunicación y cultura de masas en el país -corrientes, escuelas, autores, instituciones-, y son pocas las aproximaciones sectoriales o coyunturales, como sí se ha hecho en otros países del entorno. En parte esto es debido al bajo nivel de legitimidad alcanzado por este tipo de estudios en el mundo académico. Sin embargo, en Estados Unidos y Canadá, por ejemplo, diferentes teóricos se han

ocupado de reconstruir y explicar la evolución de los estudios en este campo del conocimiento²; por su parte, en los principales países de Europa ha ocurrido algo similar³, y en América Latina, finalmente, destacan las aportaciones recientes de diferentes expertos⁴.

No ha sido así, como se acaba de decir, en el caso español, aunque conviene detenerse en las aportaciones hechas por algunos autores en los últimos años. Además del directorio pionero de Beneyto (1969), se han ocupado de hacer valoraciones sobre la globalidad de la investigación española durante el franquismo Equiza Escudero (1986), y en los años ochenta y noventa Moragas (1988, 1990, 1997), Parés i Maicas (1988, 1997a), Caffarel-Domínguez-Romano (1989), Cáceres-Caffarel (1993), Urabayen (1994) y Jones (1995a).

Asimismo, evaluaciones sobre la investigación en Cataluña se encuentran en los textos de Gifreu (1988), Casasús (1993), Berrio (1997), Giner (1997), Jones (1997) y Jones-Baró (1997), y sobre el País Vasco el de Landa Montenegro (1997). Del panorama internacional se han interesado Moragas (1981, 1986), Jones (1996) y Parés i Maicas (1997b). Se han publicado también aproximaciones sectoriales: de carácter historiográfico (Altabella, 1983; Gómez Mompert, 1996), publicitario (Herreros Arconada, 1994), económico (Jones, 1995b) o documental (López Yepes, 1995).

Por otra parte, también existen textos sobre la enseñanza del periodismo, la publicidad y la comunicación audiovisual, como el pionero de Graña González (1930) o los más recientes de Vigil Vázquez (1987), Marques de Melo (1989), Borrat (1990), Álvarez (1993), Navas-Sánchez (1995), Casasús (1997), Humanes Humanes (1997) y Ruiz Acosta (1997).

A pesar de todos estos análisis diversos acerca de la investigación sobre comunicación y cultura de masas en España, no se ha publicado en castellano todavía una aproximación global a la evolución de este campo académico, razón por la cual consideramos de interés presentar aquí esta visión de conjunto, haciendo algunas referencias contextualizadoras espacio-temporales y centrándonos luego en los años noventa.

Se hace una evaluación teniendo en cuenta la distribución territorial de la investigación dentro del Estado y se profundiza en los centros de enseñanza, documentales y de investigación. A continuación se explican las líneas de investigación más desarrolladas: historia; política, economía y estructura; teoría y sociología de la comunicación; periodística; tecnología de la información; documentación; ética, derecho y comunicación política; educación, y publicidad, marketing y relaciones públicas. Finalmente, se apuntan algunas conclusiones y tendencias de futuro.

1. Antecedentes históricos

La mayoría de análisis realizados en España sobre los fenómenos comunicativos son bastante recientes, por lo menos los que pueden considerarse desde un punto de vista calificado como científico. Sin embargo, desde finales del siglo XIX, cierto número de investigadores -desde la Administración, la Iglesia católica, la universidad o la iniciativa privada, o bien desde posturas críticas frente al sistema- se han ocupado en distintos momentos de estudiar la comunicación social desde perspectivas teóricas diversas.

Coincidiendo con los avatares de la propia historia del país, bien podría clasificarse el conjunto de aportaciones sobre el particular en tres períodos más o menos diferenciados. El primero terminaría con la Guerra Civil, el segundo abarcaría el régimen franquista y el tercero comprendería el período democrático actual.

1.1. Finales del XIX y primer tercio del XX

Las primeras obras españolas en las que se aborda el estudio de la prensa -su historia⁵ o vida profesional⁶-, de la opinión pública⁷ y del humor gráfico⁸ son de finales del siglo XIX e inicios del XX, y entre ellas destacan el Manual del perfecto periodista, de 1891; El periodismo, de 1903, y El arte del periodista, de 1906, que bien pueden considerarse como los primeros manuales del periodismo profesional en lengua española.

A medida que avanzaba el primer tercio del siglo XX fue consolidándose -especialmente en Madrid, Cataluña y el País Vasco- la naciente cultura de masas, debido, entre otras causas, a los procesos de industrialización, urbanización y alfabetización, al aumento del nivel de vida y la consiguiente aparición

de la sociedad de consumo. Esto generó el afianzamiento de la prensa de carácter empresarial, el mercado publicitario y el desarrollo de las nuevas industrias audiovisuales, en especial la cinematográfica, la radiofónica y la fonográfica. Por ello, en este período diversos autores españoles publicaron también los primeros libros -de carácter técnico, profesional y moral- dedicados a analizar la publicidad⁹, la cinematografía¹⁰, la radiodifusión¹¹ y la televisión mecánica¹².

Como consecuencia, en los años de la Dictadura (1923-30) y de la Segunda República (1931-36) fueron apareciendo numerosas obras de divulgación -tanto libros¹³ como revistas profesionales¹⁴- sobre estos importantes medios, al tiempo que se establecía en Madrid la Escuela de Periodismo de El Debate (1926-36), fundada por el futuro cardenal Ángel Herrera Oria, merced al papel que se autoatribuía la Iglesia católica como rectora ideológica de la sociedad española (Graña González, 1930; Vigil Vázquez, 1987). Pero todo cambiaría tras el estallido de la Guerra Civil y el triunfo de los sublevados.

1.2. Condicionamientos durante el franquismo

La segunda etapa, que abarca el largo período franquista, está compuesta por distintas fases -como el propio régimen- que van desde la autarquía económica y cultural, el fascismo político y la férrea censura ideológica de la primera hora, hasta la liberalización de los últimos años. Estas transformaciones y adaptaciones económicas, políticas y sociales afectaron de manera decisiva al sistema comunicativo de masas y, consecuentemente, a la propia producción teórica sobre esta especialidad, caracterizada en sus inicios no por investigaciones que utilizaran la metodología de las ciencias sociales, sino por un cúmulo de conferencias, artículos divulgativos, coloquios o discursos de tipo doctrinario que dificultaron enormemente su homologación con la investigación hecha a la sazón en otros países desarrollados (Moragas, 1981; Equiza Escudero, 1986).

Dependientes de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda -"aparato" censor del régimen, dirigido por Juan Aparicio-, se crearon la Escuela Oficial de Periodismo, en 1941, y la revista Gaceta de la Prensa Española, en 1942, que durarían treinta años. Mientras aquella sirvió para formar a unos periodistas fieles al franquismo, ésta permitió la difusión de gran número de artículos de corte "académico-fascista" sobre la especialidad: a lo largo de los años fueron apareciendo múltiples trabajos de tipo divulgativo sobre la prensa y el periodismo.

Tras la derrota de las fuerzas del Eje en 1945, Franco debió modificar su modelo ideológico-político de Estado para contrarrestar la gran oposición internacional a su régimen. Debido a esta situación, adquirieron un mayor peso político los sectores confesionales próximos a la Asociación Católica Nacional de Propagandistas (ACNP). Estos lograron el control del Ministerio de Educación Nacional e inauguraron, a partir de 1946, cursos de verano especializados en periodismo en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, de Santander. De esta manera, entre los ideólogos más conspicuos de la ACNP, Fernando Martín-Sánchez Juliá, director de los cursos durante dos décadas, se convirtió en uno de los principales mentores de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966, y dio a luz varios textos doctrinarios sobre el papel de la empresa periodística en un Estado capitalista, como el que se pretendía plenamente para España.

La Escuela Oficial de Periodismo (EOP), de Madrid, que hasta 1958 ostentó el monopolio en la enseñanza de esta especialidad en el país, tuvo en sus tres décadas de historia una producción teórica prácticamente nula. Otro tanto puede decirse que ocurrió con la delegación de la EOP en Barcelona, con la Escuela Oficial de Publicidad, con la Escuela Oficial de Cinematografía, con la Escuela Oficial de Radiodifusión y Televisión, con la Escuela de Periodismo de la Iglesia y con la propia universidad, aunque hubo algunas excepciones¹⁵.

Prácticamente hasta la aparición del clásico libro *Mass communications: un panorama de los medios de información en la sociedad moderna*, de Juan Beneyto (Madrid, 1957), poco se había editado en España que pudiera ser tenido en cuenta desde una perspectiva científica en este campo teórico. Sin embargo, en los años cincuenta también fueron leídas en universidades españolas las primeras tesis doctorales que abordaron científicamente el estudio de la prensa: *Nipho y el periodismo español del siglo XVIII*, de Luis Miguel Enciso Recio (Universidad de Valladolid, 1955), y *La prensa diaria de Barcelona de 1895 a 1910*, de M^a Carmen García-Nieto París (Universidad de Barcelona, 1958).

Pero, hasta los años sesenta, no se publicaron los primeros estudios modernos de autores nacionales o extranjeros, gracias, sobre todo, a la labor editorial de la Universidad de Navarra. Además, si escaseaban

los libros enjundiosos y especializados de producción propia, a pesar de los claros avances producidos en Europa o en Estados Unidos -muchos de los cuales llegaban a la Península merced al contrabando o a las traducciones procedentes de América Latina¹⁶-, no podía ocurrir de otro modo con las revistas, tanto las profesionales como las teóricas, así como con las instituciones académicas.

Por su parte, durante la última década del franquismo -en la que ya se hablaba claramente de una "doctrina española de la información"- existieron organismos públicos dedicados a la investigación en el campo de la información, la propaganda, la opinión pública, la publicidad y la comunicación audiovisual desde una perspectiva preferentemente sociológica. Se trataba de la Sección de Documentación del Ministerio de Información y Turismo, que editó la Revista Española de Documentación y su sucesora Estudios de Información (1965-72); el Instituto de la Opinión Pública¹⁷, que sostuvo la Revista Española de la Opinión Pública (1965-77); el Instituto Nacional de Publicidad, que dio a luz Publicidad (1965-75); el Instituto Oficial de Radio y Televisión, que publicó Cuadernos de Documentación (1965-77), y el Instituto de Ciencias Sociales de la Diputación de Barcelona, que editó la Revista del Instituto de Ciencias Sociales (1966-77). Estas publicaciones teóricas y documentales dieron a conocer numerosos artículos de expertos nacionales y extranjeros con un rigor académico y científico más elevado, aunque con una línea ideológica afín al régimen (Beneyto, 1969).

Simultáneamente, vieron la luz algunos trabajos críticos sobre la "industria de la información" y la "industria de la cultura" que, desde una perspectiva marxista, intentaron explicar una realidad hasta entonces oculta al pueblo español. Se trataba de obras apasionadas propias de la situación política y social de aquellos años y entre ellas destacó Informe sobre la información, de Manuel Vázquez Montalbán (Barcelona, 1962), que se convirtió en poco tiempo en un libro de referencia que leían con avidez no sólo los periodistas o aspirantes a periodistas, sino también los estudiantes y profesionales de diversas disciplinas.

Desde 1958 funcionó en Pamplona el Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, promovido por el Opus Dei, que en 1971 -coincidiendo con la creación de las facultades de Ciencias de la Información de Madrid y de Barcelona-, se transformaría también en facultad. Desde un comienzo, esta institución contó con un equipo de investigadores que la situó en el primer plano de la actividad académica española de aquellos años y sus cuidadas ediciones de estudios propios o traducciones de autores extranjeros fueron muy apreciadas en otros centros del país o de América Latina, mucho menos dotados profesional y económicamente.

1.3. Expansión en los últimos años

España ha sufrido una transformación política, social y cultural decisiva desde la desaparición del franquismo a mediados de los años setenta. Un régimen autoritario, caracterizado por la ausencia de libertades políticas y de expresión, se transformó paulatinamente en un nuevo sistema democrático -una Monarquía parlamentaria-, consolidado a través de la promulgación de la Constitución de 1978.

La nueva Carta Magna, que entre otras garantías consagra las libertades de asociación política, de mercado y de expresión, ha configurado el actual "Estado de las Autonomías". De esta manera, se ha garantizado, aunque tímidamente, la existencia de un Estado plurinacional y pluricultural, integrado por diferentes pueblos históricamente constituidos, con sus respectivas lenguas y culturas, aunadas en igualdad de derechos y libertades.

Estas grandes transformaciones socio-políticas de carácter general, que han afectado al conjunto de la sociedad española, han venido acompañadas por otras específicas en el campo de la comunicación y la cultura de masas. Así, se ha producido un aumento muy importante del nivel de consumo de todo tipo de bienes y servicios comunicativos y culturales por parte de la población. Los nuevos actores dominantes del sector comunicativo -que nacieron como empresas con vocación de liderazgo en el campo de la prensa para convertirse después en grupos multimédios- reclamaron al poco tiempo la libertad de emisión radiofónica y televisiva, y la desaparición del ente público Medios de Comunicación Social del Estado.

Se perfilaron las estrategias de concentración económica por parte de los grupos comerciales originarios de la prensa -fundamentalmente Godó, PRISA y Zeta- para estar en mejor disposición de acceso a la emisión televisiva. El monopolio televisivo estatal fue roto parcialmente, a partir de 1983, por la creación de canales públicos en seis comunidades autónomas y, en 1989, por la concesión de tres licencias de explotación de cadenas privadas de cobertura estatal.

Paralelamente, ha existido una entrada progresiva de corporaciones transnacionales de las industrias comunicativas y culturales -especialmente europeas-, como consecuencia de la liberalización de la legislación española en este sector para adaptarse a las normativas comunitarias, aunque con limitaciones en la industria televisiva.

En consecuencia, las transformaciones acaecidas en las últimas dos décadas en la sociedad española han tenido efectos muy notables en el sector cultural y comunicativo, así como en cada una de las industrias y medios que lo componen. Estos cambios han sido decisivos, en primer lugar, en lo que respecta a la forma y a los contenidos de los mensajes, pero también a los modelos elegidos o a la estructura de propiedad de las empresas. Diferentes actores -algunos de ellos claves- durante el franquismo¹⁸ fueron perdiendo importancia o bien desapareciendo y siendo sustituidos gradualmente por otros de nuevo cuño, erigiéndose éstos en líderes ideológicos y económicos en este final de siglo.

Los cambios producidos afectaron considerablemente, también, a las áreas profesional y académica. Ha habido un crecimiento exponencial de ambos colectivos en los últimos años, atribuible, entre otras causas, al aumento y diversificación de las salidas profesionales por el crecimiento del mercado, y al relevo generacional -más acusado en España que en otras latitudes-, junto a un paro laboral que se ha hecho ya crónico¹⁹.

Las cuatro facultades de Ciencias de la Información heredadas del período franquista -Madrid, Bellaterra, Pamplona y Lejona-, que aglutinaban conjuntamente a unos cuatro o cinco mil estudiantes y a medio millar de profesores a mediados de los años setenta, se han quintuplicado en estas dos décadas, alcanzando en la actualidad a una veintena de centros universitarios específicos, unos veinte mil estudiantes matriculados y aproximadamente dos mil profesores de diversas categorías académicas.

Este crecimiento debe ser probablemente uno de los más notables en el panorama internacional. España se ha convertido en una potencia productora de profesionales de la comunicación ("comunicadores") de las diferentes industrias y servicios -prensa, radio, cine, televisión, vídeo, publicidad-, que intentan encontrar un hueco no sólo en los medios de comunicación o agencias publicitarias en sentido estricto, sino también en sectores conexos, como los gabinetes de relaciones públicas, tanto públicos como privados. Pero esto es cada vez más difícil para las nuevas promociones, debido a que, aunque fuera un mercado en expansión durante los últimos años -porque se partía de un listón muy bajo-, se ha llegado ya a un grado de saturación interior que impide un crecimiento sostenido.

Asimismo, España ha logrado un nivel muy alto en el panorama internacional por lo que respecta al número de profesionales especializados en el estudio de los propios medios de comunicación y de las industrias culturales ("comunicólogos"), unos por vocación y otros abocados a este campo académico por la presión laboral. Al aumentar el número de facultades y el de estudiantes 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 -en exclusividad o a tiempo parcial- a este ámbito de estudios.

Como resultado, tenemos en estos momentos un colectivo -ya especializado o en vías de serlo- muy numeroso, que constituye una cantera que tarde o temprano podría dar lugar al surgimiento de teóricos capaces de hacer aportaciones sustanciales en el panorama internacional de la especialidad. Actualmente existen algunos expertos que pueden equipararse con sus principales colegas extranjeros, pero también hay que reconocer que las investigaciones realizadas aquí pocas veces trascienden las fronteras nacionales, con la excepción quizá del mercado latinoamericano y, más recientemente, el europeo.

La evolución en los últimos años, por tanto, ha sido espectacular. Pero existen todavía desequilibrios importantes. Debido al número de instituciones, personas, recursos, investigaciones y empresas editoriales, Madrid y, en menor medida, Cataluña han sido tradicionalmente los principales polos del Estado en el estudio de la comunicación social. Cabría recordar, a título indicativo, la labor desarrollada en los últimos años por algunas instituciones claves como la Universidad Complutense, FUNDESCO -una fundación dependiente de la Telefónica- o el Instituto Oficial de Radio y Televisión (IORTV) -adscrito a RTVE-, y por todo tipo de institutos privados especializados en marketing comunicacional -estudios de audiencias e inversiones publicitarias-, productores de información comercial de valor estratégico²⁰.

Esta situación ha determinado que Cataluña, por ejemplo, se haya encontrado tradicionalmente con una cierta desventaja respecto de Madrid -aunque mucho mejor situada que el resto de comunidades autónomas españolas, debido a la labor de instituciones como la Universidad Autónoma de Barcelona desde 1971 o, más recientemente, las universidades Pompeu Fabra y Ramon Llull, y el extinto Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC)-, para la realización de cualquier tipo de estudios de carácter empírico o aplicado que requiera importantes inversiones en recursos técnicos y humanos, especialmente en aquellos relacionados con las nuevas tecnologías de la información.

Como queda dicho, la primacía de Madrid en el control de recursos y definición de las políticas de comunicación y de investigación, sumado a las necesidades de consolidación del nuevo "Estado de las Autonomías" han determinado, en buena medida, algunas líneas preferentes de investigación en España en los últimos años. Es decir, las perspectivas de carácter regional y local, a las que se ha dedicado, probablemente, un esfuerzo bastante superior al de los análisis sobre la realidad europea, americana o internacional, aunque en los últimos años se advierte una mayor apertura, sobre todo orientada a la realidad europea.

2. Distribución territorial de la investigación

Actualmente, España cuenta con unas 250 instituciones que se ocupan, en mayor o menor medida, de actividades docentes, documentales y/o de investigación sobre comunicación social, entendida ésta como un fenómeno complejo y polifacético que incluye diferentes medios y servicios y que es abordado desde las principales disciplinas científicas, aunque preferentemente desde las ciencias sociales y las humanidades (Jones, 1995a).

Algunas instituciones dedicadas al estudio de los diferentes ámbitos de la comunicación social tienen en España una tradición que se remonta en ciertos casos a comienzos de siglo, aunque sólo en las últimas tres décadas se han consolidado a nivel universitario, académico y científico.

Ante la gran dispersión y el número creciente de personas e instituciones dedicadas a investigación, documentación y docencia sobre comunicación y cultura de masas, el citado CEDIC puso en marcha desde su fundación en 1987 el Banco de Datos COMCAT, a fin de inventariar a todos los especialistas y entidades de España y, aunque de manera selectiva, de otros países de Europa y América. Fruto de una paciente labor documental, el banco de datos pudo reunir antes de su desaparición en 1997 -además de doce mil referencias bibliográficas- casi novecientos registros con los datos fundamentales de instituciones españolas y extranjeras y más de dos mil con los de investigadores españoles e iberoamericanos. Con todos estos datos, se publicaron, entre otros, el Directorio español de investigación en comunicación (1995), el Directorio iberoamericano de investigación en comunicación (1996) y la Bibliografía catalana de la comunicación, 1796-1996 (1997).

Toda la información recogida permitió hacer un balance de tipo cuantitativo sobre las instituciones y las personas reunidas en el directorio español para detectar hacia dónde se dirigían las investigaciones en este campo académico, los medios más estudiados o las perspectivas teóricas preferidas, así como la comunidad autónoma de residencia. En líneas generales, y a partir de los datos que suministra el citado directorio sobre los 1.756 especialistas españoles censados -un 80% hombres²¹-, pudieron extraerse algunos rasgos fundamentales. Entre ellos, que las 1.195 personas a las que se pudo determinar su comunidad autónoma de residencia permitieron advertir la existencia de un mayor número en Cataluña (un 35% del total español) y en Madrid (un 33%)²².

Tanto estas dos comunidades autónomas como las siete que las siguen -Navarra (un 8%), País Vasco (un 6%), Andalucía (un 6%), Comunidad Valenciana (un 3%), Castilla-León (un 3%), Galicia (un 2%) y Canarias (un 2%)-, cuentan en estos momentos con facultades de Ciencias de la Información/Comunicación, lo que ha favorecido una mayor concentración de especialistas en este campo²³.

2.1. Centros de enseñanza

La formación profesional de publicitarios y periodistas de prensa tiene una cierta tradición en España, pero en los últimos años se ha ido desarrollando también la de los comunicadores audiovisuales, diseñadores gráficos y técnicos en relaciones públicas. Las instituciones más significativas en la actualidad son las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación, las primeras de las cuales -

Madrid, Bellaterra y Pamplona- se fundaron en 1971, aunque también existen otros centros -universitarios o no- de cierta importancia.

En estos momentos, existen en España veintidos facultades de Ciencias de la Información/Comunicación: doce públicas (Madrid²⁴, Bellaterra²⁵, Lejona²⁶, Sevilla²⁷, Santa Cruz de Tenerife²⁸, Santiago de Compostela, Barcelona²⁹, Málaga, Salamanca³⁰, Valencia³¹, Vigo³² y Getafe³³); seis privadas de orientación católica (Pamplona³⁴, del Opus Dei; Salamanca, de la Conferencia Episcopal; Barcelona, de la Fundació Blanquerna³⁵; Madrid y Valencia, de la Fundación CEU San Pablo³⁶, y Murcia), además de otras cuatro privadas: la Universidad Europea-CEES, la Universidad Antonio de Nebrija y la Institución Universitaria Mississippi (en Madrid), y la Universidad Internacional SEK (en Segovia). En total, cuentan con unos dos mil profesores y con unos veinte mil alumnos. Además, algunas ofrecen los tres ciclos académicos, en tanto que otras sólo el primero o bien el segundo³⁷.

Desde sus inicios, estas facultades -preferentemente las públicas- se vieron agobiadas por problemas difícilmente solucionables a corto plazo: excesivo número de alumnos, deficiente formación de parte del profesorado, insuficiente dotación de equipamientos técnicos para la formación académica y profesional del alumnado e inadecuación de los sucesivos planes de estudio a las demandas sociales y laborales (Vigil Vázquez, 1987; Marques de Melo, 1989; Navas-Sánchez, 1995; Casasús, 1997; Humanes Humanes, 1997).

No obstante, este tipo de deficiencias se ha ido solucionando poco a poco. Además, con la implantación gradual del actual plan de estudios, a partir del curso 1992-93, muchos centros están en condiciones de ofrecer licenciaturas específicas en Periodismo, Publicidad-Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.

Por otra parte, existen otros centros universitarios españoles dedicados a la enseñanza de ciertas facetas específicas de la comunicación social: fotografía y vídeo, en algunas facultades de Bellas Artes; historia del cine, en algunas facultades de Geografía e Historia, y relaciones públicas y documentación, o bien Psicología, Sociología o Pedagogía de la comunicación, en unas pocas universidades públicas.

Asimismo, en varias facultades de Ciencias de la Información/Comunicación, así como en otras de las citadas, se pueden cursar estudios de postgrado, tanto de master -en diferentes especialidades- como de doctorado y en estos momentos existen en España probablemente unos mil trescientos doctores en alguna de las especialidades de la comunicación social, preferentemente Periodismo.

La oferta de masters es en la actualidad bastante abundante en la universidad española. Entre otros, pueden citarse los siguientes: Comunicación Corporativa y Publicitaria, y Comunicación de Instituciones Públicas y Políticas (en la UCM); Comunicación Interactiva: Telecomunicaciones y Multimedia, Comunicación Empresarial e Institucional, Teoría y Práctica del Documental Creativo, Escritura para la Televisión y el Cine, y Comunicación y Educación (en la UAB); Periodismo, Dirección de Comunicación en las Organizaciones y Comunicación Digital en las Organizaciones (en la UBA); Comunicación Empresarial: Especialidad Tecnologías Digitales (en la UPF), y Gestión de Empresas de Comunicación (en la URL). Además, diferentes diarios españoles vienen organizando desde hace algunos años programas de master para la formación profesional específica de sus propios redactores. Tal es el caso de El País (conjuntamente con la Universidad Autónoma de Madrid), ABC (con la UCM de Madrid) y El Correo Español (con la UPV).

En cuanto a los diversos centros de enseñanza no universitaria -existen varias docenas-, podrían citarse aquí los más significativos: vídeo, televisión, cinematografía y audio -desde una perspectiva técnica- pueden cursarse, por ejemplo, en el IORTV (en Madrid y en Barcelona), y en la Escola Municipal de Mitjans Audio-Visuals (en Barcelona), además de otras escuelas de formación profesional de todo el país. Asimismo, la especialidad de diseño gráfico puede estudiarse, entre otras escuelas privadas, en las barcelonesas Eina y Elisava³⁸.

2.2. Centros documentales

En los últimos años se ha producido en España un relanzamiento de antiguas instituciones documentales y se han creado otras nuevas. En estos momentos existen casi dos centenares de centros dedicados, en mayor o menor medida, a la documentación sobre los fenómenos comunicativos: bibliotecas, hemerotecas, filmotecas, fonotecas, videotecas o mediatecas. Sin embargo, sólo algunos de éstos pueden

ser considerados como centros especializados en sentido estricto (Jones, 1995a).

Las bibliotecas más importantes del país son, sin duda, las de las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación más antiguas -Madrid, Bellaterra, Pamplona y Lejona-, que cuentan en estos momentos con unos fondos de varios miles de volúmenes y de centenares de títulos de revistas especializadas vivas, tanto profesionales como académicas. Tienen, en general, una visión pluridisciplinar y atesoran documentación sobre todos los medios de comunicación e industrias culturales, con amplios fondos españoles, europeos y americanos (Jones, 1987).

Los especialistas en comunicación audiovisual -en particular la radio, la televisión y el vídeo- cuentan con la biblioteca del IORTV (en Madrid)³⁹, en tanto que los de cinematografía disponen de depósitos importantes, entre los que destacan la Biblioteca del Cinema Delmiro de Caralt (creada en 1924 en Barcelona) y la de la Filmoteca Española (en Madrid). Por su parte, el periodismo, la publicidad, la propaganda política, las relaciones públicas, la industria editorial y la documentación, por ejemplo, cuentan con bibliotecas específicas -algunas de ellas bastante importantes- en diferentes ciudades del país, pero preferentemente en Madrid y en Barcelona.

Además de los fondos biblio-hemerográficos mencionados, España ha contado últimamente con cuatro servicios de documentación especializados en el campo de la comunicación social. En 1976 comenzó su labor, de carácter sistemático y científico, el centro IBERCOMNET, creado en el seno de la Universidad Complutense de Madrid. Desde ese mismo año publicó periódicamente la bibliografía española de comunicación social, siguiendo las directrices de la UNESCO, y se integró en la red mundial COMNET como representante español, aunque en los últimos años su actividad se ha reducido drásticamente⁴⁰.

Poco tiempo después, en 1980, FUNDESCO fundó su propio banco de datos especializado en nuevas tecnologías de la comunicación audiovisual, en el que reunió a lo largo de más de una década un material documental de gran utilidad y actualidad.

Sin embargo, ambos centros se especializaron fundamentalmente en labores de referencia biblio-hemerográfica, pero no así en documentación sobre la actividad investigadora de personas e instituciones. Por este motivo, el CEDIC -fundado por la Generalitat de Catalunya en 1987 y desaparecido diez años más tarde- consideró desde un comienzo que una de sus actividades fundamentales debía ir encaminada a la creación del Banco de Datos COMCAT, que censara de manera exhaustiva las instituciones y personas de toda España, así como una selección del extranjero, y, además, registrara toda la producción biblio-hemerográfica catalana en este campo.

Más recientemente, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla se ha puesto en marcha el Centro de Documentación e Información para la Investigación en Comunicación y Cultura (HISPACOM), que comenzó a publicar en 1992 una Bibliografía española de la comunicación, a partir de fuentes hemerográficas. Estos cuatro centros, sin embargo, prácticamente han desaparecido o han abandonado sus actividades documentales.

2.3. Centros de investigación

Hasta hace poco tiempo, la investigación sobre comunicación social en España ha sido obra de personas aisladas, con una labor encomiable pero a veces con unos resultados más bien modestos⁴¹. No fue hasta los años setenta que comenzaron los primeros trabajos en equipo, bien bajo el amparo de instituciones públicas o privadas que promovieron y financiaron esta labor (Moragas, 1981, 1986, 1988, 1990).

De hecho, las instituciones pluridisciplinares que tienen una trayectoria más destacada en este campo son las citadas facultades de Ciencias de la Información/Comunicación, que han dado a luz en las últimas tres décadas varios centenares de tesis de licenciatura y de doctorado. El cuerpo docente ha podido participar en diferentes proyectos de investigación -sobre distintos medios de comunicación y perspectivas teóricas-, en colaboración con otras instituciones -públicas o privadas, nacionales o extranjeras-, que han dado como resultado la publicación de diversos estudios, algunos de ellos importantes.

Por otra parte, han promovido revistas académicas, que han permitido la publicación de diferentes estudios de los profesores respectivos. Aunque han sido bastante abundantes en España las publicaciones de carácter comercial especializadas en cine, televisión, vídeo o publicidad, no ha ocurrido lo mismo con las de comunicación de carácter académico. Sin embargo, en los últimos años han ido apareciendo

diferentes revistas teóricas que pueden enmarcarse perfectamente dentro de los modelos internacionales. La mayoría de ellas se publican en Madrid y en Barcelona, y estas últimas, además de la difusión doctrinal, se caracterizan por la defensa de la lengua y la cultura catalanas. Algunas de éstas -como Anàlisi, Quark y Zer, además de la desaparecida Telos- pueden encontrarse, incluso, en soporte electrónico (Jones, 1993a).

Otras facultades, como las citadas de Geografía e Historia o las de Bellas Artes, han efectuado también una labor investigadora destacada, sobre todo en el campo de la historiografía cinematográfica y de la teoría de la comunicación visual y audiovisual, respectivamente.

Fuera de la universidad, diferentes entidades privadas o públicas han realizado directamente, o bien han promocionado, la investigación en este campo. Entre las primeras, hay que referirse a la más importante del país -FUNDESCO-, que durante tres décadas (entre 1968 y 1997) se dedicó a la investigación sobre comunicación audiovisual y nuevas tecnologías en España, y publicó varias colecciones de libros, la revista Telos y un importante informe anual⁴².

Asimismo, entre las instituciones que se han dedicado preferentemente a promocionar la labor realizada por diversos investigadores o bien equipos de estudiosos provenientes en su mayoría de la universidad, habría que citar, por ejemplo -además de las propias Administraciones central, autonómica y local-, al Centro de Investigaciones Sociológicas, al IORTV⁴³, a la Asociación de Editores de Diarios Españoles⁴⁴ o a la Asociación Hispanoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones⁴⁵ (de Madrid); al extinto CEDIC, el Institut d'Estudis Catalans, la Fundació Jaume Bofill, el Centre d'Estudis de Planificació, el Centre d'Estudis Olímpics, el Col.legi de Periodistes de Catalunya⁴⁶, el Institut del Cinema Català y el Institut de la Comunicació⁴⁷ (de Barcelona); la Fundación Instituto de la Comunicación (de Murcia), y el ente público Radiotelevisión Valenciana y la Filmoteca de la Generalitat Valenciana⁴⁸ (de Valencia).

Estas instituciones han promovido, y generalmente también publicado, investigaciones comunicativas sobre todo desde la perspectiva histórica, sociológica, económica, cultural y lingüística. En particular, el extinto CEDIC, por ejemplo, realizó, encargó o patrocinó en la última década varias docenas de investigaciones específicas, una cincuenta de las cuales fueron publicadas como libros. Asimismo, colaboró en la edición de varias revistas catalanas de la especialidad (Jones, 1998).

Por otra parte, el colectivo de estudiosos españoles de la comunicación social se ha ido agrupando en los últimos años en torno a diversas asociaciones de carácter no sólo profesional, sino que han realizado también actividades de promoción y difusión de la investigación. Tal fue el caso, por ejemplo, de la Asociación de Investigadores de la Comunicación del Estado Español (AICE)⁴⁹, en Madrid durante los años ochenta. En Barcelona existe la Societat Catalana de Comunicació (filial del Institut d'Estudis Catalans)⁵⁰, que reúne a un centenar de expertos y que, además de publicar revistas académicas, organiza diferentes jornadas y seminarios sobre la especialidad. Por su parte, la Sociedad de Estudios Vascos creó a comienzos de los años ochenta una Sección de Medios de Comunicación y otra de Cinematografía, que agrupa a los investigadores del país⁵¹.

Otras instituciones de este carácter son Film Historia⁵² y la Asociación de Historiadores del Cine -que agrupan a diferentes especialistas en historiografía cinematográfica-; la Sociedad Española de Periodística -especializada en teoría y análisis del periodismo-; la Asociación de Historiadores de la Comunicación, y la Asociación de Doctores y Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, fundada en Madrid en 1987.

Por su parte, un colectivo independiente de investigadores latinoamericanos y catalanes edita desde 1990 en Barcelona la publicación teórica Voces y Culturas, que analiza los medios de comunicación de ambos lados del Atlántico, desde una perspectiva sociológica y económica crítica. Asimismo, en Huelva, el Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación publica desde 1993 la revista Comunica, dedicada a los medios de comunicación aplicados a la enseñanza.

3. Líneas de investigación más desarrolladas

Como se ha dicho más arriba, a lo largo del siglo XX, diversos investigadores españoles se han interesado por los estudios sobre comunicación, aunque en un principio con un propósito esencialmente documental y descriptivo. Pero fue, a partir de la creación de las primeras facultades de Ciencias de la Información en

1971, cuando comenzaron a perfilarse trabajos académicos -que han culminado en tesis de licenciatura y doctorado, en estudios colectivos o en artículos, libros, informes o ponencias-, que analizan, con mayor o menor acierto, la evolución, características y efectos de los fenómenos comunicativos contemporáneos.

3.1. Expansión y profesionalización

Desde 1980 se ha producido una expansión importante -tanto cualitativa como cuantitativa- de los estudios, acorde con la evolución política, social, económica y cultural del país, y con el desarrollo del propio sistema comunicativo (Caffarel-Domínguez-Romano, 1989; Cáceres-Caffarel, 1992; Jones, 1993b, 1995a).

Este auge obedece a una serie de causas diversas, entre las que se pueden apuntar las siguientes: consolidación de las libertades políticas, transformaciones tecnológicas, aparición de nuevos bienes y servicios mediáticos, y crecimiento del mercado comunicativo, sobre todo por la aparición de la televisión privada. Consecuentemente, se ha producido un mayor interés social por estos temas y un aumento de la demanda por parte de jóvenes interesados en dedicarse a alguna de las especialidades de la comunicación social. De forma paralela, la universidad española se ha transformado y ha exigido a su personal docente una mayor especialización y dedicación académica, y le ha demandado la realización de trabajos de investigación para poder consolidar su situación laboral.

Estos fenómenos de carácter diverso y heterogéneo han provocado un crecimiento numérico y una mayor profesionalización por parte de los investigadores españoles. Como resultado, se ha producido un aumento del número de tesis de licenciatura y de doctorado, una proliferación de todo tipo de congresos⁵³, jornadas y simposios, una mayor edición de libros especializados y, como se ha visto, la aparición y consolidación de algunas revistas académicas.

En las últimas tres décadas se han celebrado centenares de jornadas, simposios, encuentros y coloquios de carácter académico y profesional. Lamentablemente, salvo excepciones, no hay continuidad, ni hay tampoco una gran convocatoria anual de los investigadores en este campo (como existe, por ejemplo, en Brasil con INTERCOM). Probablemente, los encuentros anuales más antiguos que todavía se celebran sean las Jornadas Internacionales de Comunicación de la Universidad de Navarra, que iniciaron su andadura en 1986.

Existen varias editoriales privadas que disponen de colecciones específicas sobre comunicación social y que publican algunos centenares de libros anuales, tanto de autores españoles como extranjeros. Entre ellas pueden citarse las madrileñas Akal, Eudema, Forja, Fragua, Paraninfo, Pirámide, Rialp, Taurus y Tecnos; las barcelonesas Ariel, Bosch, Gustavo Gili, Paidós⁵⁴, Pòrtic y ESRP-PPU, y las coruñesas Edicions do Castro y Edicions Lea. Es cierto que, a menudo, son utilizadas como plataforma por parte de los directores de las colecciones para publicar sus propios textos. Por su parte, diferentes instituciones públicas cuentan con una producción bibliográfica importante en esta especialidad: la Universidad Complutense y el IORTV, en Madrid; el desaparecido CEDIC, en Barcelona; la Universidad del País Vasco, en Bilbao, y la Filmoteca de la Generalitat Valenciana, en Valencia, además de Gobiernos autonómicos, diputaciones provinciales y ayuntamientos. Asimismo, instituciones privadas como FUNDESCO, en Madrid; el Col.legi de Periodistes de Catalunya, en Barcelona, y la Universidad de Navarra, en Pamplona.

Los autores más traducidos al español -e incluso al catalán- son tradicionalmente norteamericanos, británicos, franceses e italianos, es decir los que influyen más sobre los propios españoles⁵⁵. Pero raras veces se publican textos de autores latinoamericanos -sólo algunos reconocidos internacionalmente, como es el caso del hispano-colombiano Jesús Martín Barbero o el hispano-mexicano Eulalio Ferrer Rodríguez-, aunque el mercado del otro lado del Atlántico tenga bastante interés para las editoriales españolas, sobre todo las que publican manuales profesionales. Algunos profesores de las principales universidades han creado sus propias editoriales para publicar manuales destinados a los estudiantes. Pero los libros académicos de la especialidad -al igual que las revistas- se venden poco y se fotocopian cada vez más.

De todas maneras, existe una escasa repercusión en el extranjero de la labor desarrollada por la investigación española sobre comunicación social. Esto se advierte en una serie de indicadores, como, por ejemplo, que prácticamente no se traducen libros de autores españoles a otras lenguas, que éstos dirigen muy pocas investigaciones internacionales y que apenas participan en este tipo de trabajo colectivo y, además, que no suelen publicar textos en revistas académicas internacionales.

Entre las excepciones podrían citarse algunos autores que han publicado libros o artículos en revistas académicas de otros países, como es el caso de Manuel Castells, Carmelo Garitaonandia, Josep Gifreu, Juan A. Giner, Román Gubern, José Luis Martínez Albertos, Miquel de Moragas, Alejandro Pizarroso Quintero, Emilio Prado, Alfonso Sánchez-Taberner, Enric Saperas y Lorenzo Vilches. Las revistas extranjeras con mayor presencia española son, además de las más importantes de América Latina, la francesa *Médias Pouvoirs* y las británicas *Media, Culture & Society* y *European Journal of Communication*.

3.2. Análisis más destacados

La variedad de los análisis realizados en estos últimos años abarca, además de la historia, política y estructura de la comunicación en España, otras perspectivas diversas como la comunicación internacional, los análisis de contenido, la investigación teórica y metodológica y, también, la aplicada al campo profesional de los comunicadores sociales (especialmente periodistas, cineastas y publicitarios).

Pero, a causa de la escasez de espacio, no se puede hacer referencia aquí al conjunto de la producción biblio-hemerográfica española en el campo de la comunicación social -de varios miles de documentos-, por lo que sólo se apuntan a continuación las cuestiones que han interesado preferentemente a los investigadores españoles en los últimos años, clasificadas según diferentes tipos de aproximación teórica.

Historia

Entre los estudios de carácter histórico destacan los que se refieren al cine, la radio, la televisión y la prensa. Se han publicado muchas obras sobre historia de la cinematografía, tanto nacionales como regionales, generalmente ceñidas a un período concreto. Sobresale la labor de autores como Josep Maria Caparrós Lera y Miquel Porter Moix (Universidad de Barcelona); Román Gubern (Universidad Autónoma de Barcelona); Antonio Lara García (Universidad Complutense de Madrid), y Ángel Luis Hueso Montón (Universidad de Santiago de Compostela).

La bibliografía sobre historia de la publicidad, la propaganda política o la radio es escasa, y en los últimos años, además de algunas obras generales se han publicado otras sobre los orígenes y sobre el período franquista, a las que habría que añadir diversos estudios monográficos sobre emisoras radiofónicas. Conviene recordar las aportaciones de Jesús Pizarroso Quintero (UCM), en el caso de la propaganda, y de Ángel Faus Belau (Universidad de Navarra); Rosa Franquet (UAB); Carmelo Garitaonandia (Universidad del País Vasco), y los investigadores Lorenzo Díaz y Luis Ezcurra Carrillo, en el de la radiodifusión.

Sobre historia de la televisión se han editado algunas monografías que explican el papel desempeñado por emisoras públicas estatales o regionales, pero falta una obra global académica que llegue hasta la actualidad. Los trabajos más destacados son los de Josep M. Baget Herms (Universidad Pompeu Fabra); Jesús García Jiménez, Luis Gutiérrez Espada; el fallecido Eduardo Gorostiaga (UCM), y el citado Lorenzo Díaz.

Asimismo, sobre historia de la prensa la producción investigadora es bastante consistente, pues se han publicado cientos de estudios monográficos sobre títulos concretos y sobre diferentes períodos históricos, aunque casi siempre referidos a alguna región, provincia o localidad. Dentro de la ingente producción sobre esta especialidad pueden citarse algunos autores actuales, como Celso Almuiña Fernández (Universidad de Valladolid); Jesús T. Álvarez Fernández, María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz (UCM); Josep Maria Figueres, Josep Lluís Gómez Mompert, Amparo Moreno y Joan Manuel Tresserras (UAB); Jaume Guillamet (UPF); José Javier Sánchez Aranda y Carlos Barrera del Barrio (UNA); Antonio Laguna Platero y Andreu Martínez Gallego (CEU San Pablo de Valencia); Alfonso Braojos Garrido (Universidad de Sevilla), además de los recientemente fallecidos Ricard Blasco (Valencia) y José Altabella (Madrid), y de los hispanistas franceses Paul Aubert y Jean-Michel Desvois.

Finalmente, sobre la historia del libro español -editoriales, difusión, lectores- han aparecido importantes trabajos en los últimos años, entre los que habría que destacar las aportaciones de Hipólito Escolar Sobrino (ex director de la Biblioteca Nacional) y del hispanista francés Jean-François Botrel.

Política, economía y estructura

Las obras publicadas sobre política, economía y estructura de la comunicación pueden ser clasificadas según se centren en los diferentes "espacios" comunicativos, es decir el transnacional, el estatal, el regional y el local, así como que se ocupen de todo el sistema de medios o bien de alguno específico.

Por ejemplo, sobre lo que se ha venido en llamar "espacio catalán de comunicación", que para algunos autores comprende estrictamente el territorio actual de Cataluña y para otros el constituido por los diferentes territorios que tienen la lengua catalana como aglutinador cultural e histórico -en especial Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares, Andorra y Rosellón-, se ha publicado un grupo importante de obras que dan cuerpo a la que podría ser denominada como "Escuela Catalana de Comunicación". Entre los representantes más destacados de esta escuela corresponde citar a Joan M. Corbella y Josep Gifreu (UPF) y a Miquel de Moragas (UAB). En el País Vasco existe una tradición similar, aunque menos explícita, y los autores más significativos son Carmelo Garitaonandia y Ramón Zallo (UPV).

Entre los textos que se han dedicado a analizar especialmente la comunicación local, que ha adquirido un papel relevante en Cataluña en los últimos años, habría que referirse a los de prensa, radio y televisión. Conviene referirse, entre otros investigadores, a Jaume Guillamet (UPF), y a Miquel de Moragas, Emilio Prado y Maria Corominas (UAB).

Dentro de la corriente de estudios sobre comunicación internacional, ciertamente poco desarrollada, podrían citarse autores como Esteban López-Escobar y Pedro Lozano Bartolozzi (UNA); Sara Núñez de Prado y Antonio Sánchez-Bravo Cenjor (UCM); Josep Gifreu (UPF), y Marcial Murciano (UAB).

Los estudios específicamente económicos son escasos y se ocupan de los fenómenos generales de concentración empresarial y transnacionalización, entre los que destacan autores como Enrique Bustamante (UCM); Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga); Rosario de Mateo Pérez (UAB); Alfonso Sánchez-Taberner (UNA); Juan Carlos Miguel de Bustos y Ramón Zallo (UPV), y Lluís Bonet (UBA). También hay que referirse a los estudios sobre la "empresa informativa", entre los que destacan Alfonso Nieto Tamargo (UNA), y Francisco Iglesias y José Tallón (UCM). De todas maneras, los análisis sobre otros países -en especial europeos o americanos- son bastante escasos.

Teoría y sociología de la comunicación

Las obras especializadas en teoría y en sociología de la comunicación y la cultura de masas podrían ser subdivididas, a su vez, entre las que se interesan preferentemente por una perspectiva teórica general y las que se dedican al análisis específico de la lengua -sociolingüística-, al análisis de audiencias y efectos o al conjunto del proceso comunicativo.

Son importantes algunos trabajos teóricos sobre cultura de masas o bien el uso social de la comunicación por parte de los españoles, así como encuestas públicas y privadas sobre consumos y equipamientos culturales y comunicativos. Entre otros autores de diferentes corrientes pueden citarse a Gonzalo Abril Curto, Ángel Benito, Javier Davara Rodríguez, Jesús González Requena, Manuel Martín Serrano, Pedro Orive Riva, José Luis Piñuel Raigada, Vicente Romano García, Antonio Sánchez Bravo, Felicísimo Valbuena de la Fuente y José Vidal Beneyto (UCM); Jordi Berrio, María Dolores Montero, Miquel de Moragas, Manuel Parés i Maicas y Miquel Rodrigo Alsina (UAB); Enric Saperas (UPF), y Jorge Urrutia (Universidad de Sevilla).

En el apartado específico de teoría de la imagen corresponde indicar las aportaciones de Agustín García Matilla, Jesús González Requena y Justo Villafañe (UCM); Jordi Pericot (UPF); Román Gubern y Lorenzo Vilches (UAB); Santos Zunzunegui (UPV), y el investigador catalán Joan Costa.

Periodística

Los estudios sobre periodística, centrados en la teoría y el análisis del periodismo, se han ocupado preferentemente de los medios impresos y sobre todo de la redacción, del análisis de contenido de los textos, de los diferentes géneros y especialidades, y de las rutinas profesionales. Algunos autores destacados son Héctor Borrat y Lorenzo Gomis (UAB); Josep M. Casasús (UPF); Manuel Fernández Areal (Universidad de Vigo); José Luis Dader, Javier Fernández del Moral, José Luis Martínez Albertos, Luis Núñez Ladevéze (UCM); José Francisco Sánchez (UNA), y María Pilar Diezhandino Nieto (Universidad Carlos III de Madrid).

Tecnología de la información

Desde una perspectiva de las tecnologías de la información, la producción bibliográfica española no es muy numerosa -promovida fundamentalmente por FUNDESCO-, y se ocupa de infraestructuras y de nuevos medios. La iniciativa pública ha promovido en los últimos años, también, algunos "libros blancos" especializados en infraestructuras comunicativas, con objeto de poder adoptar políticas específicas. Asimismo, diferentes investigadores se han ocupado de estudiar los nuevos medios de comunicación y sus posibilidades actuales y futuras: el vídeo, la televisión por satélite, la televisión por cable, el teletexto, el videotex, los grafismos electrónicos, el multimedia o bien las características más destacadas de la sociedad de la información. Entre otros, puede mencionarse a Adolfo Castilla y Emilio Lera (FUNDESCO), Mariano Cebrián Herreros (UCM), Emilio Prado (UAB), Javier Díaz Noci (UPV) y Manuel Castells (Instituto de Estudios Sociales Avanzados).

Documentación e información electrónica

En el apartado específico de la documentación, los bancos de datos y la información electrónica pueden citarse autores como Ernest Abadal (UBA); María Eulàlia Fuentes (UAB); Lluís Codina (UPF); Robert Coll Vinent (Universidad Ramon Llull); Antonio L. García Gutiérrez (Universidad de Sevilla); Emilia Currás, Félix Sagredo Fernández y los hermanos José y Alfonso López Yepes (UCM); Eugenio Galdón (Universidad Antonio de Nebrija), y la investigadora catalana Núria Amat.

Ética, derecho y comunicación política

Las obras especializadas en ética y derecho de la información han sido bastante numerosas en los últimos años, en un país que tuvo que modificar todo su ordenamiento jurídico en este campo con el advenimiento de la democracia a finales de los años setenta. Los más destacados de estas corrientes son autores como Porfirio Barroso Asenjo, José María Desantes Guanter, Enrique Gómez Reino, Teodoro González Ballesteros, Jesús González Bedoya y Francisco Vázquez Fernández (UCM); César Molinero (UAB); Carlos Soria (UNA); Marc Carrillo (UPF) y Lluís de Carreras (URL).

Más recientemente se ha consolidado la corriente teórica sobre comunicación política, aunque los estudios sobre opinión pública sean bastante anteriores. Entre los autores que podrían citarse se encuentran José Luis Dader, Cándido Monzón Arribas, Alejandro Muñoz Alonso, Javier del Rey y Juan Ignacio Rospir (UCM); José A. González Casanova (UBA), y Jordi Berrio y Manuel Parés i Maicas (UAB).

Educación

Desde una perspectiva pedagógica, es decir del papel educador de los medios de comunicación, se podría dividir la investigación española reciente según se ha ocupado de la prensa, la radio, el cine, la televisión o el vídeo, así como las nuevas tecnologías multimedia. Entre otros autores, cabe citar a Magda Albero, Mar de Fontcuberta y José Manuel Pérez Tornero (UAB); a Joan Farrés (UPF), y a Agustín García Matilla (UCM).

Publicidad, marketing y relaciones públicas

Finalmente, los análisis sobre publicidad, marketing, relaciones públicas y comunicación corporativa se han desarrollado considerablemente en los últimos años, acorde con el crecimiento del mercado publicitario y las transformaciones producidas en el seno de las empresas españolas. Esto ha sido debido, entre otras razones, a la entrada de las corporaciones transnacionales a partir del Plan de Estabilización de 1959 y de la integración de España en la actual Unión Europea en 1986, lo que ha provocado la adopción de nuevas formas de gestión de los recursos económicos, técnicos y humanos. Además de la perspectiva propiamente creativa, se han publicado bastantes obras sobre organización, regulación y administración empresarial, pero pocas sobre historia o economía. Destacan autores como José Luis Arceo Vacas, Juan Benavides Delgado, José María de la Cuesta Rute, José Luis Piñuel Raigada y José Ramón Sánchez Guzmán, además del recientemente fallecido Juan Antonio González Martín (UCM); José Luis León (UPV); Mario Herreros Arconada, Antoni Noguero y Pere Soler (UAB), y otros investigadores catalanes como Clemente Ferrer Roselló y Joan Costa.

4. Conclusiones y tendencias de futuro

Los puntos aquí tratados permiten hacerse una somera idea de cuáles son las líneas de investigación

preferentes en el campo de la comunicación social en España en los últimos años. Por ello, aunque ya se hayan ido explicando los rasgos generales a lo largo de esta exposición, puede concluirse que algunas perspectivas teóricas se han ido desarrollando bastante, como la sociología de la comunicación y la opinión pública, la política y estructura de la comunicación -particularmente en Cataluña y el País Vasco-, la historia de la prensa y de la cinematografía, la periodística, la sociosemiótica y los análisis de contenido, además de la comunicación corporativa. También están avanzando los estudios sobre la ecología, la salud, la mujer y el deporte en relación con el sistema comunicativo.

Pero existen otras líneas que todavía se encuentran en ciernes, como por ejemplo las perspectivas económica, psicológica, artística o antropológica; tampoco se han desarrollado estudios importantes sobre comunicación popular, alternativa, urbana y rural, ni han florecido investigaciones de tipo comparativo (entre medios, entre empresas, entre regiones o entre países). Además, las investigaciones sobre nuevos medios y servicios, así como sobre tecnologías electrónicas multimedia son incipientes, ya que los análisis suelen centrarse preferentemente en medios tradicionales, tanto impresos como audiovisuales.

También puede concluirse que la investigación sobre los fenómenos comunicativos en España está especialmente centrada en el sistema mediático. Esto es así debido a los condicionamientos habidos en la propia creación y evolución de las facultades de Ciencias de la Información/Comunicación, dedicadas a la formación profesional de comunicadores sociales. Este hecho ha favorecido, por ejemplo, los estudios de tipo hemerográfico o histórico y los análisis de contenido, de audiencias y de efectos de los medios, descuidándose otras facetas importantes de la comunicación humana.

Puede decirse que este interés por la formación y el reciclaje profesional ha contribuido a la proliferación de todo tipo de cursos, seminarios, simposios y masters de especialización en todas las ramas de actividad de los comunicadores sociales -del deporte a la economía, pasando por la ciencia- y, cada vez más, a la apertura de nuevos centros privados -algunos de origen norteamericano- dedicados a la formación de técnicos en periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, relaciones públicas y marketing.

Paralelamente, parecería que se estuviera produciendo un cierto freno en la investigación teórica, después del aumento importante de los últimos años. Los cursos de doctorado -mucho más baratos que los masters- han florecido en las diferentes universidades y miles de jóvenes se han inscrito en ellos, buscando un reciclaje profesional y una ampliación de los precarios estudios recibidos en la licenciatura. Sin embargo, apenas un 10-20% concluye su investigación y obtiene el grado de doctor. Además, hay falta de continuidad en las líneas de investigación: después del trámite burocrático de la defensa de la tesis suele desaparecer el interés por el tema, ya que tampoco se encuentra en los departamentos universitarios el aliciente necesario. Esta situación es mucho más dramática, si cabe, en el caso de los cientos de estudiantes latinoamericanos, que anualmente vienen a España en busca de un título que no tienen en sus países de origen -con la excepción de Brasil-, pero que poquísimos consiguen.

Asimismo, debido a la creciente funcionarización y burocratización del profesorado universitario español, una parte de este colectivo puede haber perdido interés por emprender nuevos estudios y abrir otras perspectivas al conocimiento. No sólo esto, sino que algunos de ellos, habiendo llegado a la titularidad o bien a la cátedra -máximo nivel académico- a una edad bastante temprana, suponen un tapón para las nuevas generaciones de estudiosos, que pueden quedar marginados a papeles subsidiarios o condenados a abandonar la investigación debido a la falta de expectativas profesionales, a la escasez de becas y a las pocas posibilidades de lograr una integración laboral satisfactoria.

En resumen, puede decirse que el balance de los últimos años de investigación sobre comunicación en España es bastante positivo y que los diferentes tipos de análisis realizados son plenamente homologables con los de cualquier otro país de Occidente. Pero aún quedan muchas parcelas y perspectivas teóricas por estudiar, así como diversos períodos históricos por cubrir.

Esta labor, seguramente, será cada vez más difícil de abordar desde proyectos individuales, por lo cual se deberá recurrir a equipos interdisciplinarios e internacionales, para evitar todo tipo de aislamiento, tanto teórico como geográfico. Por ello, será necesario abundar en los análisis de la realidad comunicativa española contando con la colaboración de expertos de otras áreas científicas, pero también se habrán de emprender nuevos proyectos en colaboración con otros equipos de investigadores internacionales. Unos fenómenos comunicativos cada vez más complejos e interdependientes así lo exigen.

No obstante, en los últimos meses se han producido unos hechos negativos de gran trascendencia en el

panorama de la investigación en comunicación en España. Se trata de la práctica desaparición de dos instituciones emblemáticas: FUNDESCO, en Madrid, y el CEDIC⁵⁶, en Barcelona. Estos centros de estudio se caracterizaron durante sus años de actividad por ser dos de los focos más activos en este campo del conocimiento. Sin embargo, razones políticas y de mercado parecen haber dejado sin recursos a ambos, con lo que, si no han desaparecido formalmente, no desarrollan actividad investigadora alguna.

Notas

1. Versiones anteriores de este estudio, con enfoques distintos, se han publicado: en José Marques de Melo (coord.), *Comunicación latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*, São Paulo, ALAIC/ECA-USP, 1992, p. 129-142; en Manuel Parés i Maicas (ed.), *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1994, p. 87-98, y en *Anàlisi*, Nº 21, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 1997, p. 101-120. El autor agradece las sugerencias hechas por Jaume Baró i Queralt, Manuel Parés i Maicas y Miquel Rodrigo Alsina.
2. Éste podría ser el caso de Charles R. Berger, Eleanor Blum, Steven H. Chafee, Garland C. Elmore, Hanno Hardt, Elihu Katz, Emile G. McAnany, Raymond B. Nixon, David Paletz, Everett M. Rogers y Wilbur Schramm, en Estados Unidos, y Vincent Mosco y Dallas W. Smythe, en Canadá.
3. Por ejemplo, en el Reino Unido destacan Jay Blumler, John Corner, David Crowley, James Curran, Michael Gurevitch, Jeremy Hawthorn y David Mitchell; en Francia, Francis Balle, Patrice Flichy, Armand Mattelart y Bernard Miège, y en Italia, Marino Livolsi, Paolo Mancini, Franco Rositi y Mauro Wolf.
4. En México destacan Raúl Fuentes Navarro, Guillermo Orozco Gómez y Enrique E. Sánchez Ruiz; en Brasil, Maria Immacolata Vassallo Lopes y José Marques de Melo; en Argentina, Jorge B. Rivera; en Colombia, Jesús Martín Barbero, y en Venezuela, Jesús M. Aguirre y Marcelino Bisbal.
5. Se podría citar, entre numerosas obras, las siguientes: *Periódicos de Madrid, 1661-1870*, de Eugenio Hartsenbusch (Madrid, 1876); *Apuntes para una historia de la legislación española sobre la imprenta desde el año de 1480 al presente*, de José Eugenio de Eguizábal (Madrid, 1879); *La historia del periodismo político*, del Marqués de Fuensanta del Valle (Madrid, 1892); *Historia y bibliografía de la prensa sevillana*, de Manuel Chaves (Sevilla, 1896); *El periodismo en Pontevedra*, de José López Otero (Pontevedra, 1899); *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*, de Manuel Ossorio y Bernard (Madrid, 1903-04); *Los periódicos de las islas Canarias: apuntes para un catálogo*, de Luis Maffiote (Madrid, 1905-07); *Los periódicos durante la Guerra de la Independencia*, de Manuel Gómez Imaz (Madrid, 1910); *Manual de la prensa: estudio histórico de la legislación de prensa en España*, de Manuel del Nido y Torres (Madrid, 1913), y *La prensa periódica en España durante la Guerra de la Independencia*, de Luis del Arco (Castellón, 1914).
6. Las obras más significativas son las siguientes: *Manual del perfecto periodista*, de Carlos y Ángel Ossorio y Gallardo (Madrid, 1891); *De un periodista*, de Ricardo Fuente (Madrid, 1897); *El periodismo*, de Modesto Sánchez Ortiz (Madrid, 1903); *El arte del periodista*, de Rafael Mainar (Barcelona, 1906); *El libro de la decadencia: del periódico y de la política*, de M. Ciges Aparicio (Madrid, 1907), y *Desde mi campo: el libro del periodista*, de Basilio Álvarez (Madrid, 1912).
7. Podrían citarse, entre otras, *Ensayo sobre la opinión pública*, de Arcadio Roda Rivas (Madrid, 1870), y *La opinión pública*, de Luis García de los Ríos (Madrid, 1910).
8. Convendría hacer referencia a las obras siguientes: *Apuntes para una historia de la caricatura*, de Jacinto Octavio Picón (Madrid, 1877); *La caricatura en el periodismo español*, de Francisco Tomás y Estruch (Barcelona, 1893); *La caricatura española contemporánea*, de José Francés (Madrid, 1915), y *La caricatura contemporánea: el arte humorístico*, de Bernardo G. Barros (Madrid, 1917).
9. Manuales como *Una nueva técnica: la publicidad científica*, de Pedro Prat Gaballí (Barcelona, 1917), y *Las artes gráficas y la publicidad*, de Rafael Bori (Barcelona, 1929).
10. Se trata de *El foto-cinemo-grabador: tratado práctico: fotografía, cinematografía y fotograbado*, de Francisco Jordi y Martí (Barcelona, 1902); *La moral en la calle*, en el cinematógrafo y en el teatro:

estudio pedagógico-social, del capuchino Francisco de Barbéns (Barcelona, 1914).

11. Habría que citar los manuales técnicos publicados en los años veinte por Balsera, Escanciano, Mata Lloret, Manuel Ortega y Gasset, Palacios, Riñón Melgar, Riu, Roa Sáenz, Rodríguez Guerra y Yesares Blanco, y los primeros libros de análisis histórico, político y cultural: La ràdio a casa nostra, de Alexandre Forcades (Barcelona, 1933); El triomf de la ràdio a Catalunya, de Ramon Pérez i Vilar (Barcelona, 1933), e Historia de la radiodifusión en España, de Virgilio Soria (Madrid, 1935).

12. Se trata de los primeros libros sobre la televisión mecánica: La televisión, de Manuel Marín Bonell (Madrid, 1929), y La televisión fototelegráfica: constrúyase su aparato, de S.F. González y Enrique Mata (Madrid, 1929). Pero habría que esperar a los años sesenta para que aparecieran las primeras obras de carácter sociológico, político o histórico, de autores como Gaitán Estévez, Arias Ruiz, Baget Herms, González Casanova o Gubern.

13. Merece especial atención una obra de gran importancia para el momento y que los avatares de la historia política y académica del país durante el último medio siglo han confinado en el olvido: Grandeza y servidumbre de la prensa, de Alfonso Ungría Gargallo (Madrid, 1930). En Cataluña destaca la monumental Bibliografía de la prensa catalana: prensa (Barcelona, 1931-37), de Joan Givanel i Mas.

14. Además de las primeras revistas sobre cine y publicidad (nacidas en la segunda década del siglo), habría que hacer referencia a Annals del Periodisme Català, publicada por la Asociación de Periodistas de Barcelona entre 1933 y 1936.

15. Entre los especialistas más destacados durante el período franquista podría citarse a José Altabella, Aníbal Arias Ruiz, Juan Beneyto, Ángel Benito, Luka Brajnovic, Salustiano del Campo, José Ángel Castro Fariñas, Juan Díez Nicolás, Gabriel Elorriaga, Ángel Faus Belau, Pedro Gómez Aparicio, Luis Gómez Mesa, Nicolás González Ruiz, Luis González Seara, José Luis Martínez Albertos, Alejandro Muñoz Alonso, Alfonso Nieto, Pedro Prat Gaballí, Andrés Romero Rubio, Francisco Sanabria Martín, Joan Torrent, Jesús M. Vázquez, José Vidal Beneyto y Jorge Xifra Heras. Además, en el seno de la EOP y de la EPI se gestó la monumental Historia del periodismo español (Madrid, 1967-81), de Pedro Gómez Aparicio, que, aunque deficiente en algunos aspectos metodológicos y superada por obras posteriores, llenó una laguna importante en su momento.

16. Habría que hacer referencia a los libros editados por Nueva Visión y Troquel (en Buenos Aires) y por CIESPAL (en Quito), además de revistas como Comunicación y Cultura (publicada sucesivamente en Santiago de Chile, Buenos Aires y México) y Chasqui (también de CIESPAL).

17. En 1964, el IOP publicó el importante Estudio sobre los medios de comunicación de masas en España, primera gran investigación de carácter sociológico sobre el sistema mediático del país.

18. Piénsese, por ejemplo, en el papel decisivo del "aparato" estatal (TVE, RNE, Agencia Efe y Editora Nacional) o paraestatal (Prensa y Radio del Movimiento), y de las cadenas de la Iglesia católica (EDICA y COPE).

19. En diciembre de 1994 ya había registrados unos seis mil licenciados en Ciencias de la Información en las listas de parados del Instituto Nacional de Empleo (El País, 7 de julio de 1995).

20. A mediados de los años sesenta, merced al desarrollo que iba adquiriendo el mercado publicitario español, nacieron los dos organismos de medición de audiencias más importantes desde entonces: la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) y el Estudio General de Medios (EGM). Con posterioridad han aparecido otras empresas y organismos, provenientes del extranjero, como Sofres o Nielsen.

21. A pesar de que la proporción de estudiantes femeninas en las distintas facultades rondan los dos tercios del total.

22. Si se comparan estos datos con los de Beneyto (1969), se advierte que hace tres décadas fueron registradas sólo ocho instituciones y apenas 24 investigadores (de los cuales dos eran mujeres).

23. Además, una docena eran los investigadores españoles radicados en otros países, como es el caso de Jesús M. Aguirre en Venezuela, Eulalio Ferrer Rodríguez en México, Jesús Martín-Barbero en Colombia,

José Luis Sáez Romo en la República Dominicana, Josep Rota en Estados Unidos, Ignacio Ramonet en Francia o José Martínez de Toda y Terrero en Italia, y dieciséis los hispanistas extranjeros dedicados al análisis de alguna faceta de la comunicación y la cultura de masas en España, como Paul Aubert, Jean-François Botrel, Jean-Michel Desvois, Gérard Imbert o Serge Salaün en Francia, o Richard Maxwell en Estados Unidos.

24. Hay que señalar las cinco revistas académicas publicadas por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid: Documentación de las Ciencias de la Información, desde 1976; Revista de Ciencias de la Información, desde 1984; Anuario del Departamento de Historia, desde 1989; Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas, desde 1990; Cuadernos de Información y Comunicación, desde 1995, y Área 5 (con Departamentos de Comunicación Audiovisual de otras facultades), desde 1992. La aparición de todas ellas es bastante irregular, lo mismo que el contenido de sus artículos: al lado de textos novedosos y originales aparecen otros redundantes y de escaso interés.

25. Desde 1993 se llama Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Autónoma de Barcelona. El Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación edita Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura, desde 1980, que hasta ahora ha contado con buenas colaboraciones tanto catalanas como de otras latitudes.

26. Desde mediados de los años ochenta se llama Facultad de Ciencias Sociales y de la Información (actualmente de Comunicación), pues aglutina estos dos campos de estudio. Publica Zer: Revista de Estudios de Comunicación, desde 1996.

27. Desde 1993 publica la revista Questiones Publicitarias, dedicada a esta especialidad.

28. La Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna editó entre 1992 y 1993 Estudios de Periodismo, con aportaciones de los profesores de este centro de estudios.

29. Se trata de los Estudios de Periodismo (de segundo ciclo) y los de Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra, iniciados en el curso 1992-93. A través del Observatorio de la Comunicación Científica edita la revista Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura desde 1995. Asimismo, la Universidad de Barcelona decidió poner en marcha desde el curso 1994-95 nuevos estudios de Comunicación Audiovisual a través de la escuela ESCAC.

30. Se trata de los Estudios de Comunicación Audiovisual (de segundo ciclo), iniciados recientemente. Edita la revista Comunicación & Cultura desde 1997.

31. Ha iniciado en el curso 1997-98 los Estudios de Comunicación Audiovisual (de segundo ciclo).

32. Estudios especializados en Publicidad y Relaciones Públicas.

33. En el Campus de Getafe existe también, desde esta década, la Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación de la Universidad Carlos III de Madrid, que otorga una Licenciatura en Periodismo de segundo ciclo.

34. Ahora llamada Facultad de Comunicación, desde 1988 edita la revista Comunicación y Sociedad, esmerada en su presentación y contenido. Por su parte, la veterana Nuestro Tiempo también ha publicado desde 1954 diversos artículos sobre comunicación social, pero desde una perspectiva más periodística.

35. Desde comienzos de 1996 edita la revista académica Trípodas: Llenguatge, Pensament, Comunicació, dedicada a la comunicación social.

36. El Centro Universitario de Ciencias de la Información CEU San Pablo, de Valencia, edita desde 1991 Comunicación y Estudios Universitarios, que recoge las propuestas teóricas de este centro docente.

37. Asimismo, desde el curso 1989-90, el Colegio Universitario de Segovia, conjuntamente con la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, imparte estudios de Periodismo y Publicidad.

38. La Escola Elisava edita desde 1986 la revista *Temes de Disseny*, dedicada preferentemente a cuestiones de diseño gráfico, imagen visual, semiótica, teoría de la comunicación y cultura de masas; publica sus textos en catalán, castellano e inglés.
39. La biblioteca de la delegación del IORTV en Barcelona fue cerrada en 1992, aunque existieron negociaciones para su cesión como depositaria a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB.
40. Asimismo, junto con otras instituciones latinoamericanas -CIESPAL (Ecuador), INTERCOM (Brasil), IPAL (Perú), Instituto de Comunicación y Desarrollo (Uruguay), CONEICC, ILCE y la Universidad de Colima (México)- ha constituido la Red Latinoamericana en Ciencias de la Información, y editado un CD-ROM con bibliografía especializada en lengua española y portuguesa.
41. Existen casos realmente excepcionales, como el medio siglo dedicado por Joan Torrent, con la ayuda de Rafael Tasis, para culminar su monumental *Història de la premsa catalana* (Barcelona, 1966).
42. Entre 1985 y 1997 FUNDESCO publicó cincuenta números de *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, que era probablemente la mejor revista sobre comunicación audiovisual en lengua española, y contaba con importantes colaboraciones nacionales y extranjeras. Asimismo, entre 1989 y 1996 publicó el anuario *Comunicación social / tendencias*, que analizaba la coyuntura del sistema mediático español en el contexto europeo.
43. Entre 1977 y 1981 publicó la revista *Mensaje y Medios* -especializada en comunicación audiovisual-, que tuvo una segunda etapa entre 1988 y 1990, editada directamente por el ente público RTVE.
44. Publica desde 1979 la revista semestral *AEDE*, que contiene reflexiones teóricas en defensa de la libertad de expresión y de los intereses empresariales de la industria periodística española.
45. Además de la publicación de diferentes investigaciones de ámbito iberoamericano, edita *AHCIET: Revista de Telecomunicaciones* desde 1983.
46. El Col·legi de Periodistes de Catalunya inició en 1984 una nueva etapa de la revista *Annals del Periodisme Català* -editada inicialmente durante la II República en los años treinta-, que se ocupó hasta su desaparición en 1995 de reflexionar sobre la actividad periodística, tanto desde la perspectiva profesional como de la jurídica, histórica, económica o sociológica. Aunque con una concepción más profesionalista, continúa editando *Capçalera*, desde 1989.
47. Nacido en 1998, el Institut de la Comunicació (InCom) ha sido fundado por el profesor Miquel de Moragas en el seno de la Universidad Autónoma de Barcelona. Es muy ambicioso desde el punto de vista académico y pretende convertirse en un centro de referencia en España. Tiene previsto publicar periódicamente un informe coyuntural sobre la comunicación y las industrias culturales en Cataluña.
48. Desde 1989 edita, entre otras publicaciones de interés, la revista *Archivos de la Filmoteca*, de gran calidad académica y gráfica.
49. La AICE editó entre 1988 y 1989 la revista *CINCO*, de carácter teórico, y la propia asociación ha dejado de existir desde los primeros años noventa.
50. La Societat Catalana de Comunicació -dependiente del Institut d'Estudis Catalans y fundada en 1984-, inició en 1989 la publicación de *Periodística*, dedicada a los estudios sobre teoría e historia del periodismo. También puso en circulación otra revista académica en 1991 llamada *Treballs de Comunicació*, que da a conocer las actividades de la institución, además de trabajos teóricos producidos por sus miembros. Asimismo, ha lanzado la edición de los anuarios *Cinematògraf* (en 1993) y *Gazeta* (en 1994), sobre historia de la cinematografía y de la prensa, respectivamente.
51. En 1982 publicó el primer número de los *Cuadernos de Sección: Medios de Comunicación*, y desde 1997 se llama *Mediatika: Cuadernos de Medios de Comunicación*.
52. Esta asociación publica desde 1991 la revista *Film Historia*, que recoge artículos teóricos sobre historia y teoría de la cinematografía.
53. En 1988 se celebró en Barcelona el 16º Congreso Internacional de la AIERI-IAMCR -bajo el lema de

"Comunicación social e identidad cultural"-, que reunió a medio millar de expertos de todo el mundo y fue coordinado por el profesor Manuel Parés i Maicas, actual presidente de este organismo de carácter internacional.

54. Originaria de Argentina, es la editorial con un catálogo especializado en comunicación más extenso y con una mayor penetración en el conjunto del área hispanoamericana, junto con Trillas, de México.

55. Probablemente, los autores extranjeros más traducidos en España hayan sido en las últimas décadas el canadiense Marshall McLuhan, el norteamericano Noam Chomsky, el británico Raymond Williams, el belga Armand Mattelart y los italianos Umberto Eco y Giuseppe Richeri.

56. Aunque no ha desaparecido formalmente, en 1997 el CEDIC fue adscrito al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), también dependiente de la Generalitat de Catalunya, dedicado a velar por los contenidos de la radiotelevisión catalana. El CAC mantiene los premios anuales a la investigación que convocaba el CEDIC y, desde 1998, ha comenzado a editar los Quaderns del CAC.

Referencias bibliográficas

Altabella, José (1983): *Fuentes crítico-bibliográficas para la historia de la prensa provincial española*, Madrid, FCI de la UCM, tesis doctoral, 646 h.

Álvarez, Macu (1993): "Communication studies in Spain: an individual perspective", en David French y Michael Richards (eds.), *Media Education Across Europe*, London, Routledge, p. 46-63.

Beneyto, Juan et al. (1969): *Repertorio de la información española: centros y especialistas españoles dedicados al estudio y la investigación de los medios de comunicación de masas*, Madrid, Ministerio de Información y Turismo, 58 p.

Berrio, Jordi (dir.) (1997): *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya: estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*, Bellaterra, UAB, 335 p.

Borrat, Héctor (1990): "El debat entre professionalistes i comunicòlegs", en *Annals del Periodisme Català*, N° 16, Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, p. 54-63.

Cáceres, María Dolores; Carmen Caffarel (1993): "La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990", en *La investigación en la comunicación*, Madrid, AICE, p. 23-30.

Caffarel, Carmen; Milagros Domínguez; Vicente Romano (1989): "El estado de la investigación de comunicación en España (1978-1987)", en *CINCO*, N° 3, Madrid, AICE, p. 45-57.

Casasús, Josep M. (1987): *El pensament periodístic a Catalunya: assaig sobre l'evolució de les idees teòriques i professionals en matèria de periodisme*, Barcelona, Curial, 187 p.

Casasús, Josep M. (1997): "La formación universitaria de los periodistas", en *Retos de la Sociedad de la Información*, Salamanca, UPSA, p. 143-147.

Equiza Escudero, Pilar (1986): *Juan Beneyto, periodismo y universidad*, Alicante, Caja de Ahorros Provincial, 217 p.

Gifreu, Josep (1988), "Mass Communications Research in Catalunya", en *Anàlisi*, número extra, Bellaterra, UAB, 140 p.

Giner, Salvador et al. (1997): *Reports de la recerca a Catalunya: les ciències socials: antropologia, ciència política, comunicació i sociologia*, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans, 23 p.

Gómez Mompert, Josep Lluís (coord.) (1996): *Metodologías para la Historia de la Comunicación Social*, Bellaterra, UAB, 108 p.

Gordon Pérez, Mercedes (1991): *La enseñanza del periodismo en el mundo occidental: estudio histórico*

- y comparado de tres escuelas, Madrid, UCM, tesis doctoral, 482 p.
- Graña González, Manuel (1930): *La Escuela de Periodismo: programas y métodos*, Madrid, CIAP, 381 p.
- Herreros Arconada, Mario (1994): "Presente y futuro de la investigación publicitaria", en *Área 5*, N° 3, Madrid, UCM, p. 78-89.
- Humanes Humanes, María Luisa (1997): *La formación de los periodistas en España*, Madrid, UCM, tesis doctoral.
- Jones, Daniel E. (1987): "Breve panorama de las bibliotecas españolas especializadas en comunicación", en *Documentación de las Ciencias de la Información*, N° 11, Madrid, UCM, p. 117-129.
- Jones, Daniel E. (1993a): "Las revistas teóricas sobre comunicación en los países latinos", en *Anàlisi*, N° 15, Bellaterra, UAB, p. 149-159.
- Jones, Daniel E. (coord.) (1993b): *Bibliografia sobre comunicació social: vint anys de recerca a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1972-1992*, Barcelona, CEDIC, 249 p.
- Jones, Daniel E. (coord.) (1995a): *Directori espanyol d'investigació en comunicació*, 1995, Barcelona, CEDIC, 589 p.
- Jones, Daniel E. (1995b): "Investigaciones sobre el mercado comunicativo español en el contexto europeo", en *Situación*, N° 4, Bilbao, Servicio de Estudios del BBV, p. 295-312.
- Jones, Daniel E. (coord.) (1996): *Directori iberoamericà d'investigació en comunicació*, 1996, Barcelona, CEDIC, 181 p.
- Jones, Daniel E. (coord.) (1997): *Bibliografia Catalana de la Comunicació, 1796-1996*, Barcelona, CEDIC, 2 vol.
- Jones, Daniel E. ; Jaume Baró i Queralt (1997): "Tesis doctorals i treballs de recerca universitaris sobre comunicació als Països Catalans, 1954-1996: aproximació bibliomètrica", en *Anàlisi*, N° 20, Bellaterra, UAB, p. 157-187.
- Jones, Daniel E. (1998): "CEDIC: una dècada de recerca en comunicació des de Catalunya", en *Anàlisi*, N° 22, Bellaterra, UAB, en prensa.
- Landa Montenegro, Carmelo (1997), "Recopilación de tesis doctorales sobre Comunicación en las universidades del País Vasco: una aproximación, 1964-1995", en *Mediatika: Cuadernos de Medios de Comunicación*, N° 6, San Sebastián, Sociedad de Estudios Vascos, p. 147-179.
- López Yepes, José (1995): "La documentación en la investigación de las ciencias de la información", en M^a Eulàlia Fuentes i Pujol (ed.), *Manual de documentación periodística*, Madrid, Síntesis, p. 77-88.
- Marques de Melo, José (1989): "A formação de jornalistas na universidade espanhola", en *Comunicações e Artes*, N° 22, São Paulo, Universidade de São Paulo, p. 83-90.
- Moragas, Miquel de (1981): *Teorías de la comunicación: estudios sobre medios en América y Europa*, Barcelona, Gustavo Gili, 362 p.
- Moragas, Miquel de (1986), "Europa Sur: desequilibrios teóricos y geográficos", en *Telos*, N° 7, Madrid, FUNDESCO, p. 62-83.
- Moragas, Miquel de (1988): "Los estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España: indicaciones sobre sus antecedentes y estado actual", en *CINCO*, N° 1, Madrid, AICE, p. 11-19.
- Moragas, Miquel de (1990): "Delante de los negocios, detrás de los acontecimientos: nuevos problemas de la sociología de la comunicación de masas en España, 1986-1990", en *Telos*, N° 22, Madrid,

FUNDESCO, p. 58-64.

Moragas, Miquel de (1997): "Las ciencias de la comunicación en la 'sociedad de la información'", en *Retos de la Sociedad de la Información*, Salamanca, UPSA, p. 149-156.

Navas, Alejandro ; José Francisco Sánchez (1995): "La formación de los profesionales de la comunicación", en *Situación*, Nº 4, Bilbao, Servicio de Estudios del BBV, p. 279-294.

Parés i Maicas, Manuel; Lluís Badia; Izaskun M. Araiko (1988): *Spanish Bibliography on Mass Communication: With a Profile on the Main Spanish Academic and Scientific Institutions in the Field of Mass Communication*, Bellaterra, UAB, 304 p.

Parés i Maicas, Manuel (1997a): "El sistema español de comunicaciones: estructura, formación de los profesionales e investigación", en *Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Social*, Nº 1, São Bernardo do Campo, UESP, p. 11-40.

Parés i Maicas, Manuel (ed.) (1997b): "La recerca europea en comunicació social", en *Anàlisi*, Nº 21, Bellaterra, UAB, p. 21-274.

Ruiz Acosta, María José (1997): "La historia de la comunicación social en el ámbito universitario: objeto, fundamentos y problemas", en *Comunicación y Sociedad*, Vol. X, Nº 2, Pamplona, UNA, p. 185-202.

Urabayen, Miguel (1994): "La investigación sobre comunicación social en España: panorama general", en *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa ibérica*, Barcelona, CEDIC, p. 81-86.

Vigil Vázquez, Manuel (1987): *El periodismo enseñado: de la Escuela de "El Debate" a Ciencias de la Información*, Barcelona, Mitre, 326 p. -