
LA RECERCA EUROPEA EN COMUNICACIÓ SOCIAL

Editor: Manuel Parés i Maicas

Introducció

En aquest número especial d'ANÀLISI es publica la versió catalana de l'estudi original en anglès sobre *The European Research on Communication*, que aviat apareixerà editat per Hampton Press, als Estats Units.

El treball pretén oferir una panoràmica de la investigació en comunicació social en els diversos Estats de la Unió Europea, llevat de Luxemburg, i també a Suïssa. Els treballs han estat encomanats a prestigiosos investigadors de cadascun d'aquests països, que tenen la característica comuna de posseir una perspectiva globalitzadora de les ciències de la comunicació en tota la seva complexitat.

Dissortadament, no són gaire freqüents iniciatives d'aquesta naturalesa. És a dir, treballs en els quals es formulï una visió de conjunt sobre la recerca en el nostre camp en un Estat en concret, i menys encara a nivell internacional o europeu, com en aquest cas. Personalment no en conec cap sobre Europa que faci un plantejament general i alhora succint, tal com ha estat concebut en el cas que ens ocupa¹. El Centre d'Investigació de la Comunicació, amb una pers-

1. De tota manera, entre d'altres, sense ànim de ser exhaustiu, voldria destacar les aportacions següents: en primer lloc, l'*European Journal of Communication* va dedicar el seu volum 5, nùms. 2-3, juny de 1990, a una edició especial sobre «Communication research in Europe. The State of the Art» (Sage, 1990), la qual conté textos dedicats concretament a Finlàndia, Itàlia i Polònia.

Cal esmentar els llibres publicats per The European Research Group, de tipus més temàtic. Així, per exemple, trobem MCQUAL, Denis, SIUNE, Karen (eds.), *New Media Politics, comparative perspectives in Western Europe*, Sage, Londres, 1986; SIUNE, Karen, TRUETZSCHLER, Wolfgang (eds.), *Dynamics of Media Politics. Broadcasting and Electronic Media in Western Europe*, Sage, Londres, 1982.

També, amb una perspectiva europea, vull assenyalar els treballs de l'European Institute for the Media, que primer va tenir la seva seu a Manchester i ara, a Dusseldorf.

Des d'un enfocament metodològic i epistemològic, vull citar LARAMEE, Alain, VALLEE, Bernard, *La recherche en communication. Elements de methodologie*, Presses Université du Québec - Télé Université, Montreal, 1991.

Des de l'angle català, cal indicar els articles que sobre la investigació de la comunicació ha publicat aquesta revista ANÀLISI; les obres promogudes per l'esmentat Centre; el treball de Josep GIFREU, *Mass Communication Research in Catalunya*, presentat en el XVIII Congrés de la International Association for Mass Communication Research, celebrat a Barcelona el juliol

pectiva cosmopolita, ha cregut oportú contribuir des de Catalunya amb un treball d'aquest tipus, amb la voluntat d'ajudar a omplir un buit existent.

Efectivament, si deixem al marge alguns països amb una tradició investigadora molt arrelada en el nostre camp —així, per raons, entre d'altres, lingüístiques—, amb un nivell elevat de difusió, el grau de coneixement que sovint molts comunicòlegs tenen de la tasca que es desenvolupa en altres Estats és molt limitada. Aquest fet es veu encara augmentat si la llengua utilitzada no és l'anglès, o, en menor grau, el francès, l'italià o el castellà. Així es pot comprovar que, per exemple, a França, el nivell de coneixement de la producció anglosaxona és ampli, però no es pot dir el mateix de la bibliografia italiana, i encara menys de l'espanyola. Les traduccions en francès d'aquests dos idiomes són mínimes, per utilitzar un terme suau. Un exemple significatiu ens el dona Alemanya, la contribució de la qual al nostre camp és important, però que és poc coneguda a nivell internacional —llevat de les traduccions d'un nombre comptat d'autors—, a causa de la dificultat de comprensió de la llengua alemanya.

Metodològicament parlant, en plantejar-se la recerca es varen definir unes línies d'actuació en les quals es van tenir principalment en consideració els factors següents:

- a) Marc sociopolític i cultural.
- b) Breu referència al desenvolupament històric de la recerca en comunicació.
- c) Política de recerca d'àmbit territorial en funció de la localització de les universitats i dels centres d'investigació. Hom ha fet un èmfasi especial, per tant, en la regionalització de la recerca, atesos els elements precedents.

de 1988, organitzat pel que escriu aquestes ratlles en nom de la Facultat. Fou publicat en anglès pel Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació l'any mencionat, i la versió catalana va aparèixer en el núm. 12, p. 9-66 d'aquesta revista. Darrerament s'ha publicat el llibre de Jordi BERRIO (dir.), *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya. Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*, Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, 1997 (també promogut pel Centre).

En l'àmbit latinoamericà, vull esmentar l'obra de CERVANTES BARBA, Cecília, SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E., *Investigar la comunicación: propuestas latinoamericanas*, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara y Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), Gualadajara, Mèxic, 1994; *O Pensamento Latinoamericano em Comunicação*, Comunicação e Sociedades, Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Carpio, São Paulo, 1996; JOSÉ MARQUES DE MELO (org.), *Fontes para o estudo da comunicação*, Intercom, São Paulo, 1994. És interessant ressaltar el cas mexicà, amb dos números en anglès de la *Revista Mexicana de Comunicación (Mexican Journal of Communication)*, sobre «A selection of Mexican Mass Media Research», setembre de 1995 i juliol de 1997. Igualment, les contribucions de Raúl Fuentes Navarro, de l'ITESO, de Guadalajara.

En el terreny més acotat de l'ensenyament, vull esmentar GERD. G. KOPPER (ed.), *Innovation in Journalism Training. A European Perspective*, European Journalism Series, Erich Brost Institut für Journalism in Europa, Vistas, Verlag, Berlín, 1993. Aquest autor ha impulsat una recerca que té una certa relació amb l'objecte d'aquest llibre —en la qual he tingut l'oportunitat de col·laborar— i que inclou també la faceta de l'ensenyament. De pròxima aparició en alemany.

- d) Camps de la recerca que han rebut una atenció prioritària per part dels investigadors.
- e) Influències externes, així com influx exercit més enllà de les fronteres.

És obvi que cada autor, en funció de les característiques que defineixen el seu país, tot i tenir en compte aquestes directrius, ha donat al seu treball uns trets específics. Això ha implicat, inevitablement, una certa diversitat d'enfocaments. És lògic, per tant, que cada text sigui la resultant de la seva pròpia singularitat. En alguns casos es destaquen els lligams amb la política i la cultura del país corresponent.

Hom comprovarà que, en alguns supòsits, alguns col·laboradors han cregut oportú de formular una introducció sobre els elements geogràfics, culturals, lingüístics o polítics que configuren el seu país respectiu. De la mateixa manera, sovint, han establert una relació entre l'ensenyament universitari i la recerca.

Una bona part dels textos rebuts han estat escrits en anglès i d'altres en francès, la qual cosa vol dir que s'han plantejat dificultats conceptuals i terminològiques de diferent ordre. Tant en l'edició anglesa com en la catalana.

Cal assenyalar que en el cas de Bèlgica, per l'especificitat lingüística i cultural d'aquest Estat, on a Flandes es parla el neerlandès i a Valònia, el francès —tot i que Brussel·les és una ciutat majoritàriament francòfona—, s'ha cregut apropiat encomanar sengles treballs a una investigadora flamenca i a un investigador való.

Així, en aquesta introducció tracto d'oferir de manera sistematitzada i comparativa, amb una dimensió interdisciplinària, quines són les principals aportacions que, en la meua opinió, cada autor considera convenient destacar en funció de la multiplicitat temàtica de les ciències de la comunicació i el seu desenvolupament respectiu en cada cas.

No hi ha dubte que no ha estat una tasca fàcil, car està plena d'esculls segons els diferents conceptes i la nomenclatura emprada pels diferents autors. Ho he tractat de fer en funció de les accepcions més usuals. En aquesta exposició sistemàtica, intento d'ésser al mes rigorós possible citant el que cada autor, en cada cas, menciona explícitament en el seu text. És a dir, indico allò que ell jutja més rellevant. Això no exclou que tingui en consideració d'altres elements o aspectes que no esmenta concretament. Per tant, no he cregut oportú citar aquelles facetes del nostre camp que ell no explicita. Sempre que he pogut, he al·ludit als països per ordre alfabètic.

Per acabar, voldria expressar la nostra tristesa per la mort súbita de l'autor del text sobre Itàlia, el professor Mauro Wolff, amb qui ens unien llaços d'afecte i de col·laboració, ateses les seves estades entre nosaltres i l'amistat que tenia amb professors de la Facultat. La seva desaparició ha estat una gran pèrdua per a la universitat i la recerca italianes i internacionals, car gaudia d'un merescut prestigi en tots dos camps.

I. Estructura i característiques de la recerca en comunicació

- En relació amb l'ensenyament universitari (Àustria, Espanya, Holanda, Irlanda, Suècia).
- Paper del doctorat i dels catedràtics (Suècia).
- Col·laboració interdisciplinària amb altres departaments (Suècia).
- Centralització de la recerca (Irlanda).
- Regionalització o descentralització de la investigació. La majoria dels textos ho subratllen, amb característiques i èmfasis diferents, en funció de cada context geogràfic i polític.
- El rol de les institucions nacionals i internacionals, de caràcter general o pròpies de la comunicació social (Alemanya, Àustria, Finlàndia, Holanda, Regne Unit, Suècia, Suïssa).

II. Interdisciplinarietat

- Investigació interdisciplinària (Itàlia, Suècia).
- Aportació de l'antropologia i de l'etnografia (Finlàndia, Holanda, Irlanda, Itàlia, Regne Unit, Valònia).
- Aportació de la sociologia: en general (França, Holanda, Suècia), de la cultura (Itàlia), de les organitzacions i de les professions (Itàlia, Valònia).
- Aportació de la ciència política (Dinamarca, Grècia, Holanda, Suècia), paper de la democràcia (Regne Unit).
- Aportació de l'economia (Alemanya, Espanya, França, Holanda, Itàlia, Regne Unit, Valònia).
- Aportació de la psicologia (Grècia).
- Aportació del dret (Alemanya, Espanya, Flandes, Grècia, Holanda, Itàlia, Portugal, Suïssa).
- Aportació de l'ètica (Espanya, Finlàndia, Holanda, Itàlia, Noruega, Valònia).

III. Tipus de recerca

- Acadèmica i universitària (Flandes, Suècia, Valònia, ho indiquen clarament, però cal entendre que la majoria de la investigació es realitza dins d'aquests paràmetres).
- Qualitativa (Dinamarca, Finlàndia, Grècia, Holanda, Suècia, Suïssa francesa).
- Quantitativa i empírica (Suïssa alemanya).
- Crítica (Holanda, Suècia, crec que la llista es forçosament més llarga, però els autors no ho expliciten).
- Marxista (Finlàndia, Regne Unit).
- Administrativa (Itàlia) i aplicada (Àustria).
- Investigació dels estudiants (Àustria).
- Influències teòriques d'autors estrangers (Alemanya, Àustria, Dinamarca, Espanya, Finlàndia, França, Grècia, Holanda, Irlanda, Itàlia, Suècia, indiquen la seva rellevància).

- Paper dels centres de recerca (Alemanya, Dinamarca, Espanya, França, Irlanda, Suïssa).
- Control de la recerca (Regne Unit).
- Publicacions periòdiques (Alemanya, Espanya, països escandinaus —Nordicom—, Regne Unit).
- Finançament de la recerca (Alemanya, Dinamarca, Itàlia —rol de les fundacions—, Grècia, Noruega, Suècia, Suïssa).

IV. Enfocaments teòrics

- Teories de la comunicació, en general (Espanya i França).
- Teoria crítica (Dinamarca, Itàlia, Regne Unit).
- Teoria de l'economia política de la comunicació (Irlanda, Regne Unit).
- Teoria de la construcció de la realitat (Holanda).
- Teoria de la recepció (Àustria, Dinamarca, França, Holanda, Irlanda, Valònia).
- Teoria de la representació social (Dinamarca, Irlanda, Itàlia, Valònia).
- Semiòtica (Dinamarca, Espanya, Grècia, Itàlia, Portugal, Valònia).
- Teoria de la imatge (Espanya, França).
- Teoria de la cultura (Àustria, Dinamarca).
- Estudis culturals (Finlàndia, Flandes, Grècia, Holanda, Irlanda, Regne Unit, Suècia).

V. El procés de comunicació social i les seves formes

- Paper de la ideologia (Espanya, Regne Unit).
- La identitat cultural i nacional (Espanya, Finlàndia, Irlanda, Itàlia, Noruega, Suïssa).
- Comunicació intercultural (Suïssa, Valònia).
- Comunicació política (Alemanya, Àustria, Espanya, Flandes, França, Holanda, Itàlia, Noruega, Regne Unit, Suècia —eleccions—, Valònia —i eleccions—).
- Comunicació pública (Holanda).
- Comunicació internacional (Àustria, Finlàndia, França, Holanda, Regne Unit) i desenvolupament (Finlàndia).
- Comunicació cultural (Àustria, Valònia).
- Comunicació educativa (Valònia).
- Comunicació local (Espanya, Holanda, Itàlia, Noruega, Suïssa).
- Anàlisi del discurs (Finlàndia, França), del missatge (Itàlia).
- Efectes (Alemanya, Àustria, Itàlia, Suècia, Valònia).
- Audiència (Alemanya, Àustria, Dinamarca, Finlàndia, França, Grècia, Noruega, Regne Unit, Suïssa).
- Opinió pública (Holanda, Suïssa), espai públic (Espanya, França, Regne Unit, Suïssa).
- Desregulació (Dinamarca).
- Gènere i dona (Finlàndia, Holanda, Regne Unit, Suècia).

- Medi ambient (Finlàndia, Regne Unit).
- Estils de vida (Itàlia), vida quotidiana (Alemanya, Dinamarca, Finlàndia, Regne Unit).
- Comunicació a la ciutat (Valònia).
- Violència (Portugal, Regne Unit).
- Esport (Espanya —i olimpisme—, Valònia).

VI. Tipologia de la comunicació social

- Informació periodística (Alemanya —*Publizistik*—, Flandes, França, Portugal, Valònia). De fet, la gran majoria dels autors se n'ocupen, encara que no utilitzin aquest terme.
- Agències d'informació (Finlàndia, França).
- Periodisme (Holanda, Suècia).
- Periodistes (Alemanya, Grècia, Noruega, Regne Unit, Suècia), professionals de la comunicació (França), intel·lectuals (França).
- Publicitat (Dinamarca, Espanya, Flandes, Itàlia), màrqueting com a llençatge (Itàlia).
- Relacions públiques (Alemanya, Àustria, Espanya, Flandes).

VII. Mitjans de comunicació social

Lògicament, tots els treballs en fan una àmplia referència. De tota manera, per la seva especificitat, cal subratllar-ne els aspectes següents:

- Història (Àustria, Dinamarca, Espanya, Flandes, França, Holanda, Itàlia, Regne Unit, Suïssa, Valònia).
- Servei públic (Regne Unit).
- Llenguatge (Espanya, França, Itàlia, Portugal, Regne Unit, Valònia).
- Grups multimèdia (Regne Unit).
- Internacionalització (Dinamarca).
- Televisió, de la qual, en un grau més o menys elevat, se n'ocupen tots els autors, però amb una atenció mes gran cal assenyalar Alemanya, Àustria, Espanya, França —així com la seva faceta de producció audiovisual industrialitzada—, Grècia, Irlanda, Itàlia, Noruega, Regne Unit, Suècia, Suïssa.
- Ràdio, el mitjà de comunicació menys tractat (Dinamarca, Espanya, França, Suïssa).
- Premsa (Alemanya, França, Finlàndia, Grècia, Holanda, Noruega, Portugal, Suècia).
- Cinema (Àustria, Flandes, Valònia).
- Noves tecnologies (Àustria, Espanya, Flandes, Holanda, Noruega, Regne Unit, Valònia).
- Documentació (Àustria, Espanya).
- Estadístiques (Noruega).

VIII. Conclusions

Considero que aquesta recerca ofereix un interès cert, i que pot esdevenir un instrument útil per als investigadors. És de preveure que en el futur serà tinguda en compte i no només en investigacions de tipus comparatiu.

El contingut d'aquesta introducció i la sistematització realitzada de les distintes aportacions és una responsabilitat meua.

Cal subratllar que, en línies generals, els autors han tractat de cenyir-se a les pautes rebudes i que les seves aportacions respectives reflecteixen les expectatives fixades.

Em plauria que aquest estudi obrís noves recerques en aquesta línia, referides a la recerca als Estats Units, tema ampli i complex, a l'Amèrica Llatina, a l'Àsia, etc. Estudis d'aquest tipus, amb independència dels obstacles conceptuals o culturals o de les dificultats lingüístiques, poden tenir una indubtable utilitat.

Manuel Parés i Maicas

Facultat de Ciències de la Comunicació

Universitat Autònoma de Barcelona

Assessor del Centre d'Investigació de la Comunicació