

ALGUNES REFLEXIONS SOBRE LA PROBLEMÀTICA DE LA RECERCA EN COMUNICACIÓ SOCIAL A CATALUNYA

JOSEP MARIA MARTÍ I MARTÍ

Des de fa mesos sembla que bufen mals vents per a la recerca en comunicació al nostre país. La problemàtica es prou complexa per enllestir-la amb quatre paraules, sense intentar com a mínim apuntar els trets més remarcables que la configuren. No escoltem en els darrers temps massa veus que, d'una manera pública, reflexionin en veu alta sobre aquest tema, per això, el modest objectiu d'aquest article és encetar el debat, tenint en compte que la Junta de la Societat Catalana de Comunicació és conscient des de fa mesos que cal passar de les lamentacions a contribuir a la recerca de solucions que facin possible un canvi de panorama.

Volem, en definitiva, posar a disposició dels membres de la nostra entitat i, en general, dels lectors de la publicació *Treballs de Comunicació*, un seguit de punts que contribueixin a l'esmentat debat, tot esperant incorporar-hi aportacions més qualificades i sobretot més aclaridores, en la línia del necessari redreçament de l'anòmala situació que estem patint.

A Catalunya disposem en l'actualitat de tres centres universitaris, dos de caire públic i un de privat, dedicats a l'ensenyament i a la recerca en matèria de comunicació social. Tradicionalment, aquestes facultats han cercat recursos per a la investigació en el mateix sector públic o en altres sectors connexos. Ateses les limitacions pressupostàries experimentades en els darrers quinze anys per les diferents administracions públiques, estatals i nacionals, no es pot dir que la producció assolida hagi estat particularment esplendent, però, tanmateix, s'han pogut dur a terme alguns treballs remarcables i s'han obert línies de recerca que continuen vives i amb aportacions força interessants.

El pitjor que pot passar a àrees de coneixement dotades de pocs recursos, com és el cas que ens ocupa, és que d'una manera sobtada s'aprimin les fonts d'abastiment i de promoció de les tasques de recerca. Com dèiem en començar aquest article, en els darrers dos anys s'han produït dos fets que han tingut, i pensem que encara tindran, una incidència negativa sobre el conjunt de la producció de la comunitat científica catalana i de

la resta dels Països Catalans; en primer lloc, la neutralització —per utilitzar un terme prou ambigu— del Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya i en segon lloc, la desaparició de FUNDESCO, fundació vinculada a Telefònica. Penso que, a hores d'ara, ningú pot posar en dubte que ambdues institucions han estat referents importants en la promoció de projectes de recerca i en la formació de grups d'investigació.

La tasca realitzada al llarg dels anys pel CIC va ultrapassar l'àmbit estrictament català i va tenir una incidència no gens menyspreable en el conjunt dels treballs sobre comunicació a l'Estat espanyol. No disposem de dades suficients per a saber quin serà el seu futur, però la seva actual adscripció al Consell de l'Audiovisual de Catalunya fa pensar que sigui quin sigui, la seva tasca tindrà poc a veure amb el que va significar en el passat. Pel que fa a FUNDESCO, l'actual direcció de Telefònica, empresa que finançava les seves activitats, va decidir retirar la subvenció anyal, la qual cosa la va obligar a reduir dràsticament el seu personal permanent, a aturar els projectes de recerca i a suspendre l'edició de *Telos*, la publicació científica més emblemàtica en matèria de comunicació social a Espanya.

Però no tot havien de ser notícies negatives en aquest panorama que comentem, ja que 1998 ha estat l'any del naixement d'un projecte pensat i promogut per un membre fundador de la nostra societat, el catedràtic Miquel de Moragas, el qual, en el marc de la UAB i amb el suport explícit del seu rector, Carles Solà, ha engegat l'Institut de la Comunicació. Segons s'ha dit públicament, l'INCOM haurà de funcionar a ple rendiment com a institut universitari propi l'any 2000.

La problemàtica de la investigació aplicada

Penso que els fets que hem comentat constitueixen per ells mateixos elements interessants per a aprofundir en l'anàlisi i en la reflexió sobre els problemes de fons de la investigació de la comunicació al nostre país. D'entrada, caldria que ens preguntéssim quines han estat les raons per les quals el desenvolupament de les tasques de recerca s'han centrat únicament en els recursos públics i per què hom ha oblidat de manera reiterada i sistemàtica la possibilitat d'acudir al sector empresarial dels mitjans de comunicació social.

De ben segur que a la qüestió precedent hi ha moltes respostes possibles i no pretenem en aquest article escatir-ne d'una manera exhaustiva les arrels profundes, però, tanmateix, sí que volem avançar alguna hipòtesi, com per exemple la que fa referència a la tradicional prevenció dels col·lec-

tius universitaris enfront d'allò que podríem anomenar *investigació aplicada*. Pensem que la política duta a terme per alguns departaments universitaris i per alguns investigadors principals ha estat, tradicionalment, la de treballar de manera sistemàtica sobre objectes científics molt específics i poc connectats a la problemàtica real de les indústries que avui aplega l'anomenat sector de la comunicació i de la cultura.

Dissortadament, no disposem d'un repertori sistemàtic i actualitzat sobre quines són les línies de recerca obertes i sobre la producció real de coneixements derivada dels diferents treballs realitzats, però ens atrevim a dir que n'hi ha molt poques que tinguin a veure de debò amb problemes reals de més abast i que hagin pogut tenir una incidència directa sobre les polítiques i estratègies dutes a terme tant pels poders públics com pels agents que operen en els diferents sectors. En aquest sentit, si donéssim una ullada al que ha passat en d'altres països europeus, sí que podríem citar una gran quantitat d'exemples sobre el pes social de determinades investigacions. El report encarregat per l'Institut d'Estudis Catalans sobre l'àmbit específic de Ciències Socials,¹ tot i les limitacions que té, atès el seu caire panoràmic, ofereix alguns elements prou interessants per a refermar aquesta hipòtesi.

D'una manera equivocada, alguns han volgut equiparar el desenvolupament de projectes d'investigació aplicada sobre aspectes molt específics dels mitjans de comunicació i de les empreses, a un tipus de recerca de segon ordre i de qualitat científica molt devaluada, ateses les limitacions que acostuma a tenir aquest tipus d'encàrrec. La generalització d'aquesta actitud preventiva entre una bona part de l'estament universitari ha causat que mai s'hagi impulsat de debò un inventari real de les necessitats del sector de la comunicació i, òbviament, que mai s'hagin dut a terme polítiques d'acostament i de promoció que posin en evidència la capacitat real de producció del sector científic universitari.

Penso que tal com han anat les coses, ningú posaria en dubte que es pot afirmar que un dels punts més febles de la política exterior de les universitats, i fonamentalment de les facultats de ciències socials i d'humanitats, ha estat l'escassa comunicació que han mantingut amb les empreses del sector amb la finalitat d'obtenir recursos econòmics a partir de la prestació de serveis;² solament algunes àrees de coneixement i pocs centres en particular, han reeixit en la signatura de convenis i en la realització de projectes, una encertada política que no només els ha donat recursos econòmics, sinó que també, i el que és més important, els ha donat estabilitat per

1. *Reports de la recerca a Catalunya: Les ciències socials: antropologia, ciència política, comunicació i sociologia*. Barcelona: IEC, 1997.

2. «Tracking al quart poder!». *Avui* [Barcelona] (16.2.98).

a potenciar el conjunt de les seves activitats de recerca o, dit amb altres paraules, els ha permès finançar la investigació de caire experimental no aplicada.

Cal un canvi d'estratègia

Membres importants de la comunitat científica de l'àmbit de la comunicació es queixen reiteradament, des de l'acomodament que els dona la situació de funcionaris universitaris, de la manca de recursos per a investigar. Pocs, però, han reconegut públicament la necessitat de canviar aquesta situació, ans al contrari, han mostrat un cert capteniment i una actitud prou resignada, bo i esperant que les seves influències i el seu reconeixement en el món científic, els ajudin a obtenir una part de les reduïdes ajudes que el Ministerio de Educación y Cultura o la CIRIT reparteixen amb comptagotes.

Penso que tal com estan les coses, cal, en conjunt, un canvi d'estratègia i per tant, un nou plantejament. L'acostament al món empresarial de la comunitat científica no serà gens fàcil, l'allunyament ha estat remarcable i molt continuat en el temps; en els moments de grans canvis, sobretot com els que ha experimentat i està experimentant el sector audiovisual, no hi ha hagut mai contactes estables i amb voluntat de continuació. La imatge que tenen algunes empreses i grups de comunicació de les facultats de comunicació i de periodisme, no és massa afalagadora pel que fa a la capacitat de formació de professionals del món de la comunicació que els reconeixen; per altra banda, els seus vincles més permanents es limiten a l'acceptació de becaris en pràctiques, alguns dels quals són utilitzats de manera reiterada com a mà d'obra barata per part de certs mitjans públics i privats.

Pensem que assumir la realitat actual és una bona manera per a fer front al problema i també un primer pas per a trobar-hi solucions. Arribar a l'autofinançament de les activitats de recerca exigeix donar a conèixer la potencialitat que hi ha al darrere de molts grups d'investigadors; dit d'una altra manera, cal fer promoció entre aquells que poden ser destinataris del nostre treball. Es tracta d'una feina que a alguns sectors universitaris els ha provocat sempre un cert rebuig, a causa de l'equivocat pudor que experimenten davant d'un possible tractament mercantilista d'una activitat que ells consideren tan pura com la de la recerca científica.

A hores d'ara, ningú pot enganyar-se sobre les possibilitats de millora de la situació. Algunes universitats reiteren la necessitat que els departaments s'obrin a la societat per a trobar les ajudes necessàries per a dur a

terme una part important de les seves activitats. És en aquesta línia que nosaltres defensem un projecte com el que ha presentat Miquel de Moragas sobre l'INCOM; el catedràtic de comunicació de la UAB ha reiterat³ que cal obrir-se a les empreses, cercar recursos on faci falta i potenciar la presència de l'estament universitari en el conjunt del sector de la comunicació de masses. Cal que ens felicitem de la idea i també del seus plantejaments mentre esperem que aconseguixi reeixir.

Els qui avui dirigim la Societat Catalana de Comunicació creiem que malgrat els modestos recursos de què disposem, hem d'aprofitar l'avinentsa per a aconseguir aplegar en els nostres rengles els investigadors de fora i de dins de la universitat, per tal de contribuir amb diferents iniciatives i també amb el treball adequat, a desvetllar possibles projectes i a trobar-ne el corresponent finançament. Per altra banda, la pluralitat científica que creiem representar voldríem que fos aprofitada per a convertir l'entitat en el centre de trobada i de debat per a tots aquells que vulguin fer aportacions sobre la problemàtica de la recerca de la comunicació a casa nostra. És en aquesta línia que hem pensat un seguit d'iniciatives que anirem desvetllant al llarg dels propers mesos, alhora que esperem també totes les aportacions possibles per a contribuir a l'assoliment de les finalitats de la Societat i a la millora dels seus membres.

3. Vegeu la nota 1.