

La recherche en communication en Espagne

Défis et prospective

Miquel de Moragas Spa

Instituto de la Comunicación,
INCOM UAB, Barcelone

Nous ne prétendons pas ici être exhaustif sur les recherches en communication en Espagne mais plutôt évoquer quelques grandes tendances et surtout signaler les principaux problèmes qui touchent l'activité universitaire dans ce champ.

Il existe des travaux qui présentent une synthèse sur ces questions et il convient surtout de signaler le travail de Daniel E. Jones, « Recherche en communication en Espagne. Évolution et perspectives », publié dans la revue de l'Université du pays basque *ZER*¹. D'autres auteurs comme Berrio, Caceres, Gifreu, Giner, Moraga, Pares ont publié des articles sur ce thème.

Les grandes caractéristiques de l'activité universitaire dans le domaine de la communication en Espagne

Par rapport à ce qui se passe dans d'autres pays européens, il faut noter que la principale caractéristique des études de communication en Espagne réside dans le fait qu'elles ont pris une dimension très importante. À l'heure actuelle, on peut évaluer à trente le nombre de Facultés de communication, reconnues comme telles en Espagne². Selon différentes sources, cela représente près de vingt-cinq mille étudiants en communication et environ deux mille enseignants. Parmi ceux-ci, soixante-cinq sont Professeurs d'université (*Catedráticos*) et près de trois cents Maîtres de conférences. Il s'agit donc d'une "masse critique" importante à la fois en termes d'étudiants et d'enseignants.

À cet important développement des Départements de communication ne correspond pourtant pas un développement parallèle de la

¹ *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, n° 5, Novembre, 1998

² Voir en annexe la liste des facultés de communication.

recherche en communication. Une analyse critique de cette situation conduit à distinguer quatre aspects principaux de cette question :

1. Les conditions de la politique scientifique en Espagne, plus particulièrement en sciences humaines et sociales.
2. Les choix des thématiques de recherche et l'influence des options professionnelles et politiques des chercheurs.
3. Les difficultés pour affronter du point de vue de la théorie, l'interprétation des changements en communication.
4. Les nouveaux défis de la recherche en communication pour la coopération internationale.

1. Les conditions de la politique scientifique en Espagne, plus particulièrement en sciences humaines et sociales

Les universités, malgré leur considérable masse critique, alimentent peu la recherche en communication qui se réalise en Espagne. La recherche en communication s'effectue surtout dans le cadre des grandes entreprises privées de communication. Mais cette recherche, en dehors du fait qu'il s'agit de recherche appliquée, est aussi secrète et compétitive. C'est le temps des "consultants".

Face à cette nouvelle situation, la fonction sociale de la recherche dans les universités ne consiste déjà plus seulement dans la production de connaissances de recherche de base mais plus largement dans la création et la diffusion de connaissances de caractère public. Ce devoir pour l'université devient très difficile en raison du faible intérêt que les politiques de recherche, en Espagne et en Europe, accordent à la recherche d'intérêt social (y compris dans le cas des nouvelles technologies) et à la faible attention que les grandes entreprises de radiotélévision et de télécommunication prêtent à ce type de recherche.

Il faut signaler par exemple, l'absence de plan de recherche de caractère public et académique au sein de RTVE (Radiotélévision espagnole). La radiotélévision publique espagnole, à la différence de ce qu'a fait par exemple la RAI, ne dispose d'aucune revue spécialisée, ni de collection de livres, et ne commande pas de recherches à des groupes d'experts. En ce qui concerne les opérateurs des télécommunications, il faut souligner et dénoncer le fait que la Telefonica, principale entreprise de télécommunications en Espagne, a mis fin à ses activités dans le domaine de la recherche. La fondation de cette entreprise (Fundesco) a supprimé ses principales publications et a abandonné la revue *Telos* qui était devenue la principale revue en langue espagnole sur ces questions de communication. La Fundesco a d'autre part cessé de publier des ouvrages consacrés à ces questions (Collection « Sectores ») et ne diffuse plus ses informations annuelles (« Informes ») sur la communication et les télécommunications. Un record donc de cessation d'activités éditoriales au moment où cette compagnie élargit ses contacts commerciaux avec l'Amérique latine.

La création récente du *Portail de la communication* (www.portalcomunicacion.com) qui a été rendue possible par une collaboration entre l'opérateur de télécommunications Retevisión et l'Institut de la communication de l'Université autonome de Bellaterra (Barcelone) constitue un des rares exemples positifs de collaboration entre les opérateurs et le secteur public de la recherche en communication.

L'absence d'une autorité indépendante en matière d'audiovisuel en Espagne constitue une autre circonstance significative qui explique la faible promotion de la recherche de caractère public. La création en Catalogne d'un Conseil de l'audiovisuel (*Consell de l'Audiovisual*) représente dans ce contexte une autre exception positive, d'autant plus qu'il a des activités de recherche en communication en collaboration avec les universités catalanes.

D'autre part les ressources pour la recherche en sciences sociales sont en Espagne, comme généralement en Europe, faibles. Les fonds importants vont à des projets I+D et surtout à des projets qui sont en relation avec des implications militaires. En Espagne par exemple, le budget de recherche pour l'année 2000 était de 8,5 milliards d'euros (508 milliards de pesetas), dont 4,4 milliards pour des projets de recherche liés au secteur militaire.

Mais tous les problèmes ne sont pas exogènes. Les universités elles-mêmes doivent engager une réflexion critique sur leurs formes d'organisation et de gestion de la recherche. Les professeurs d'université spécialistes de communication participent peu aux programmes de recherche actuels. Les universités elles-mêmes n'ont pas su adapter leurs politiques de recherche aux nouvelles formes de gestion et de financement de la production de connaissances et les Facultés n'ont pas facilité la création de groupes de recherche mieux adaptés aux nécessités de la gestion de la recherche en groupe. Les structures universitaires et un certain individualisme intellectuel l'emportent sur la création et l'animation des groupes.

L'adaptation des structures universitaires aux nouvelles conditions de la recherche est d'autant plus nécessaire dans le domaine des études de communication que l'on y assiste à un processus accéléré de transformations qui nécessite la création de laboratoires importants d'analyse. C'est ainsi que j'interprète ma propre expérience dans le domaine des études comparées des grands phénomènes de communication : la télévision et les jeux olympiques¹, ou encore la télévision dans les régions d'Europe².

¹ M. de Moragas, Nancy K. Rivenburgh, *Television in the Olympics*, Luton, Londres, 1995.

² M. de Moragas, Carmelo Garitaonandia, Bernart Lopez (dir.), *Television at your doorstep. Decentralization experiences in the European Union*, Luton, Londres, 1999

2. Les choix des thématiques de recherche et l'influence des options professionnelles et politiques des chercheurs

Faire un diagnostic des études de communication en Europe rend nécessaire l'analyse des thématiques et des centres d'intérêt qui déterminent l'activité des chercheurs.

Le système universitaire espagnol – et ceci est un phénomène qui se manifeste aussi dans beaucoup de pays d'Amérique Latine – a vu croître rapidement la demande de formation dans le domaine de la communication, dans le même temps où diminuait la demande dans les Facultés de Lettres.

Les Facultés d'histoire, de philosophie, de littérature, d'art, d'anthropologie mais aussi les Facultés de droit ont vu diminuer régulièrement les demandes d'inscription tandis que les demandes d'inscription en journalisme, communication audiovisuelle, publicité, relations publiques et maintenant documentation augmentaient année après année.

Cet accroissement accéléré a représenté sans aucun doute une chance pour les études en communication mais dans le même temps a soulevé des problèmes. D'un côté il a impliqué pour la communauté enseignante une grande demande de travaux appliqués comme des livres de texte, des manuels, des résumés pédagogiques qui, à cause de leur nature, n'ont pas stimulé l'innovation et la créativité, mais au contraire la répétition des idées et la simplification des contenus. Un exemple de ce type de pratique se retrouve dans l'obligation que l'on a de résumer en une séance, ou au maximum en deux, la complexité des thèmes comme ceux de l'École de Francfort, du structuralisme, de l'économie politique de la communication ou des études culturelles.

D'un autre côté, cet essor a sans doute facilité le fait que certains chercheurs ont eu tendance à abandonner les traditions des sciences sociales pour leur substituer une nouvelle "communicologie" qui, au lieu de développer une approche pluridisciplinaire dans les études de communication, propose une espèce de résumé épistémologique qui appauvrit les pratiques théoriques appliquées à la communication.

Ces phénomènes sont sans doute difficiles à comprendre dans d'autres pays dont le système universitaire continue, de manière d'ailleurs absurde, à ne pas vouloir intégrer les études en communication. Dans ces pays, la recherche en communication rencontre certes d'autres problèmes mais pas celui qu'engendre un corps universitaire spécialisé qui a tendance à s'auto-satisfaire et à consommer sa propre production théorique. Dans ces situations d'abondance, le risque est que le système universitaire ait tendance à s'éloigner des demandes sociales en matière de communication pour ne plus orienter la recherche que vers le système d'enseignement.

La production scientifique espagnole s'est du même coup développée surtout dans des champs strictement académiques : thèses doctorales, mémoires pour concours de recrutement, livres pour étudiants. La production scientifique en communication a aussi été influencée par certaines tendances dominantes du système de communication, particulièrement par les politiques de communication. Au départ, cette demande se concrétisa surtout à travers les études relatives à la démocratisation des communications et il s'agissait d'une réponse indispensable à la démocratisation du pays après le Franquisme.

Ensuite, toujours dans cet esprit des priorités politiques, la recherche accorda la priorité à l'étude de la décentralisation des communications en accompagnant théoriquement la mise en place des nouvelles entités autonomes.

Dans ce contexte, celui des études relatives à l'économie politique de la communication et aux politiques de communication, il faut mentionner les apports d'auteurs comme Enrique Bustamente, de Miguel, Daniel Jones, Alvarez Monzonillo, Josep Gifreu, Maria Corominas, Carmelo Garitaonandia, Lorenzo Vilches, Diaz Noci, Emilio Prado, Bernart Lopez, Isabel Fernandez, Xosé Lopez, et Jordi Berrio.

Plus récemment, comme de manière plus générale en Europe, les thèmes phares de la recherche en communication ont été liés aux changements technologiques et aux paramètres de la nouvelle société de l'information.

C'est l'orientation des travaux de Manuel Castells dans *l'Ère de l'information*¹, œuvre qui a eu une influence considérable sur les études en communication en Europe.

Il y a peu de temps et dans le champ de la sociologie de la communication même ont commencé à voir le jour des travaux intéressants portant sur la nouvelle société parmi lesquels on peut citer le livre d'Antonio Lucas Marin *La nouvelle société de l'information*².

De nombreuses lacunes demeurent dans la recherche en communication et il faut signaler les apports limités de ce qu'on pourrait appeler la recherche de base. En fait, ces lacunes sont à interpréter dans le cadre plus général de la crise actuelle des sciences sociales qui affecte spécialement les sciences de la communication quand celles-ci s'écartent précisément des sciences sociales.

Il y a d'autre part trop peu de recherches relatives à des thèmes cruciaux parmi lesquels on peut citer le développement et l'implantation des télécommunications, les changements dans les contenus des moyens de communication, les nouvelles formes de journalisme et de publicité, les nouvelles logiques de programmation à la télévision,

¹ Alianza Editorial. Madrid. 1998

² Editorial Trotta. Madrid. 2000

le pluralisme et la concentration des médias. Cette liste n'est évidemment pas exhaustive.

Il reste enfin une autre importante lacune. En Espagne et plus particulièrement en Catalogne, en Andalousie, au Pays basque et en Galice, beaucoup de recherches ont été menées dans le domaine des relations entre moyens de communication et identité, mais en revanche on a réalisé peu de recherches sur les questions relatives à la "multiculturalité". Ce vide apparaît aujourd'hui comme particulièrement grave face aux défis et aux tensions que génère l'augmentation des mouvements migratoires vers l'Espagne. Relativement à ce phénomène et à ses incidences sur les études en communication, on peut se référer à l'Observatoire sur la communication et les migrations, consultable sur le Portail de la communication, et que coordonnent Marta Rizo et Catalina Gaya (www.portalcomunicacion.com).

3. Les difficultés pour affronter du point de vue de la théorie, l'interprétation des changements en communication

En Espagne, comme de manière plus générale en Europe, les sciences de la communication rencontrent maintenant leurs principaux défis dans la prospective, c'est-à-dire dans les changements dans la communication, dans l'analyse du passage de l'ère de la communication de masse à une nouvelle ère de l'information que l'on pourrait appeler l'ère *broadcasting* l'ère digitale.

À mon sens, cette évolution représente dix grands défis :

1. Définir et contextualiser historiquement le nouveau modèle de la "société de l'information" en mettant en relation étroite les "études de communication" et la sociologie.
2. Interpréter la place centrale que tend à occuper progressivement la communication dans la société. Cela signifie qu'il faut examiner du point de vue de la communication, les grands phénomènes sociaux : loisir, santé, bien être social, politique, en passant de l'actuelle centration sur les "politiques de communication" à un nouvel éclairage sur les "politiques de la société de l'information".
3. Analyser le passage des modèles de diffusion "mass media" aux nouveaux modèles de communication sectorielle et individualisée, en établissant les "études de communication" de manière transversale.
4. Identifier les caractéristiques de base de la digitalisation de la communication en interprétant les nouveaux processus de convergence en mettant en relation les études de communication et la technologie.
5. Analyser les effets de ces transformations dans les moyens de communication traditionnels (presse, ciné, radio, télévision, publicité), en actualisant les approches anciennes de l'écologie de la communication.

6. Aborder de manière prospective les nouveaux moyens de communication, spécialement le phénomène Internet, en affrontant théoriquement les conséquences des convergences actuelles.
7. Chercher à interpréter la place centrale occupée par les télécommunications dans la société et dans la communication.
8. Étudier les transformations des formes classiques de médiation et la nouvelle "centralité" de la production en révisant les vieux paradigmes de la communication.
9. Interpréter les transformations des espaces de communication comme la nouvelle dialectique entre le global et le local en mettant en relation les logiques culturelles avec les logiques de la communication et vice versa.
10. Étudier les processus et les déséquilibres dans l'implantation des technologies de la communication en revisitant l'idée "voix multiples, un seul monde" loin de la simplification du vieux schéma, apocalypse ou intégration mais aussi des simplifications d'auteurs à la mode comme Negroponte.

De tout cela, nous déduisons que les sciences de la communication doivent faire face à un défi central (que nulle autre pratique scientifique ne peut aborder) : la reconnaissance de l'objet de la communication dans une période marquée par d'exceptionnels changements.

Mais la place centrale occupée par la communication dans la société actuelle ne doit pas permettre de cautionner un isolement des sciences de la communication par rapport aux sciences sociales.

L'importance croissante de la communication dans la société ne signifie pas et n'implique pas que les sciences de la communication puissent ou doivent s'autonomiser par rapport aux sciences sociales et à une approche pluridisciplinaire mais tout le contraire.

4. Les nouveaux défis de la recherche en communication pour la coopération internationale

Durant la longue dictature franquiste, l'un des principaux objectifs de la résistance démocratique des universités et des universitaires a été l'ouverture à des expériences internationales, à des courants de pensée véhiculés par les démocraties au niveau international et que la dictature essayait d'étouffer.

Cette tradition doit être entretenue dans l'université espagnole du futur. C'est pourquoi il est particulièrement important d'inscrire la recherche en communication dans le cadre de programmes de coopération internationale et cette coopération trouve des applications particulièrement importantes dans les relations universitaires entre l'Amérique et les pays latins de l'Europe. Une telle formule a été menée avec succès dans le cas des politiques de communication, mais on doit l'étendre dans le futur à d'autres champs de recherche. La coopération entre l'Europe et l'Amérique latine peut fournir un

apport important aux études comparatives sur la transformation du système de communication mais surtout sur la réalité et les exclusions de l'avènement de la société de l'information. L'analyse comparée des expériences des différents pays d'Europe et d'Amérique latine est indispensable pour interpréter ces changements.

Cependant cette coopération ne doit pas se nourrir uniquement des échanges d'expériences ou de la comparaison des systèmes mais aussi d'échanges proprement théoriques et méthodologiques.

Dans la situation actuelle, marquée par des changements accélérés dans la communication, les études comparatives sont toujours plus nécessaires mais les échanges théoriques liés à ces situations le sont tout autant. Ainsi, par exemple, on commence à reconnaître largement l'influence positive en Espagne d'auteurs et de recherches latino-américains portant sur la culture et la globalisation. Des auteurs comme Garcia Canclini, Martin Barbero, Renato Ortiz, entre autres, représentent une très salubre antidote aux voix des principaux auteurs à la mode dans le domaine de la société de l'information.