
Special issue
C&S 30 aniversario

Mercedes Medina

<https://orcid.org/0000-0003-1754-6811>
mmedina@unav.es
Universidad de Navarra

Carlos Barrera

<https://orcid.org/0000-0001-9771-4074>
cbarrera@unav.es
Universidad de Navarra

© 2018
Communication & Society
ISSN 0214-0039
E ISSN 2386-7876
doi: 10.15581/003.31.4.109-112
www.communication-society.com

2018 – Vol. 31(4)
pp. 109-112

Cómo citar este artículo:

Medina, M. & Barrera, C. (2018).
Treinta años sí son algo.
Communication & Society, 31(4),
109-112.

Introducción

Treinta años sí son algo

Cuando en 1988 se publicó el primer número de *Comunicación y Sociedad*, hoy *Communication & Society*, se hizo por fin realidad un sueño que ya venía recogido en un documento titulado “Plan de Necesidades”, fechado en mayo de 1976. “Es un propósito de la Facultad lanzar una Revista” (Barrera, 2009, p. 266), se decía, a la vez que se añadían algunas características que debía tener. Era la revista una de las muchas propuestas que contenía ese ambicioso plan. Recientes entonces las aprobaciones de las tres primeras Facultades de Ciencias de la Información en España en 1971, el mencionado plan fue, en palabras de uno de sus impulsores, “una especie de Carta Magna de la Facultad” (Gómez Antón, 2002, p. 178), destinada a ser guía de su desarrollo durante muchos años.

Fue, por tanto, largo el recorrido. En el entretanto, otras iniciativas se consideraron prioritarias y se llevaron a cabo antes, cuando no eran problemas de financiación los que retrasaban el proyecto de revista. En todo caso, siempre aparecía en un horizonte no muy lejano. El impulso definitivo se produjo en diciembre de 1982. La Junta Directiva de la Facultad vio el vigésimo quinto aniversario de los estudios de Periodismo en la Universidad de Navarra¹, que se iba a celebrar en 1983, como el momento idóneo para el lanzamiento de la revista. En un informe de seis páginas dirigido a Rectorado se exponían el planteamiento y las características básicas del proyecto. Se destacaba “la importancia, presente y futura, de la comunicación colectiva en el mundo” y también “la desproporción entre la importancia social del fenómeno de la información y la escasa existencia –en el mundo y en España– de Revistas que ponderen científicamente las primeras manifestaciones de este fenómeno, dejando a los libros presentar, más lentamente, los procesos de estudio más acabados y definitivos” (Barrera, 2009, p. 266).

En el ámbito español tan solo existía, editada por la Universidad Autónoma de Barcelona desde 1980, la revista *Anàlisi*, con el subtítulo *Quaderns de Comunicació i Cultura*. En el mencionado informe se concluía que la Facultad tenía ya “un potencial intelectual y una capacidad de convocatoria, dentro y fuera de España, suficientes para afrontar un empeño tan difícil como sugestivo” (Barrera, 2009, p. 266-267). En efecto, a finales de los setenta y comienzos de los ochenta se habían organizado multitudinarias Jornadas de Antiguos Alumnos, se había consolidado el Programa para Graduados Latino Americanos (PGLA), se puso en marcha el programa de doctorado, y comenzaron a desarrollarse los seminarios especializados para profesionales y directivos de medios, entre otras actividades. Ese crecimiento interno y externo invitaba a ser optimistas en cuanto a la viabilidad de la revista, que ya entonces recibió el nombre de *Comunicación y Sociedad*.

Se descartó la periodicidad anual, que era la que se había contemplado en 1976, especialmente porque no era la habitual en las revistas internacionales de mayor prestigio. Era preferible, se decía, “que cada número salga con menos páginas, pero con mayor frecuencia”. Junto a detalles específicos de formato, letra y número de páginas, también se

¹ El Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra comenzó sus actividades en 1958. Los estudios que ofrecían tenían carácter universitario aunque formalmente no les sería reconocida esa naturaleza hasta la aprobación de las Facultades de Ciencias de la Información en 1971 (Barrera, 2002).

abordaban cuestiones económicas relativas a la impresión, encuadernación, tirada, publicidad y precios de suscripción y venta. El mercado potencial lo formaban “profesores universitarios de Ciencias de la Información de España y Latinoamérica, antiguos alumnos del PGLA, Escuelas de Periodismo y Ciencias de la Información de Europa y América, etc.” (Barrera, 2009, p. 267). La aspiración era llegar a contar con quinientos suscriptores. El gasto bruto de los tres números anuales previstos sería de aproximadamente dos millones de pesetas [unos 12.000 euros].

Fue precisamente el elevado coste económico la principal causa del retraso en la puesta en marcha del proyecto. El equipo humano de organización y la estructura de los números de la revista estaban ya diseñados en sus aspectos esenciales, pero los presupuestos anuales de la Facultad no daban abasto para cubrir todos los frentes de crecimiento habidos a comienzos de los años ochenta. Por fin, en 1986, la Facultad decidió acometer su publicación con algunas modificaciones, entre ellas el cambio a la periodicidad semestral en vez de la cuatrimestral para así rebajar costos. Además, nombró como director a José María Desantes y como secretario a Aires Vaz, que lo era también de la Facultad. Sobre el idioma, en un principio se estableció que sería en inglés, pero poco después se decidió que se procuraría que la mayoría de artículos se publicaran en ese idioma.

Así las cosas, parecía que en 1987 se lanzaría por fin el primer número de *Comunicación y Sociedad*, pero un contratiempo económico de última hora forzó un nuevo retraso. La urgencia de reformas en los estudios de radio, de necesidad inmediata para sus usos docentes, provocó que los dos millones previstos y ya presupuestados se destinaran a ese fin. De esta forma el primer número no salió a la luz hasta 1988. Como se explicó en una publicación de la Universidad, la revista pretendía “reflejar en sus páginas algunas de las investigaciones teóricas que desarrollan los profesores de Pamplona y todos aquellos colegas españoles y extranjeros que desde hace años colaboran en las tareas docentes del primer centro académico que en nuestro país introdujo los estudios de Periodismo en el ámbito universitario” (*Redacción*, 1988, p. 2).

El equipo gestor inicial de la revista fue finalmente formado por los profesores José María Desantes como director, y José Javier Sánchez Aranda como secretario, más Aires Vaz como gerente y Clemente Ferrer Roselló como jefe de publicidad. El Consejo Editorial estaba compuesto por los profesores Luka Brajnovic, Manuel Casado, Ángel Faus, Francisco Gómez Antón, Esteban López-Escobar, Alfonso Nieto, María Victoria Romero, Carlos Soria y Miguel Urabayen. El diseño gráfico, moderno y novedoso para este tipo de productos, corrió a cargo del también profesor Ricardo Bermejo, y buena prueba de su calidad fue el hecho de que se mantuvo hasta su último número impreso en 2012. Como se explicó en un folleto de promoción de la revista, “ha sabido compaginar una tipografía clásica y rigurosa con una moderna maquetación que facilita la lectura de los textos” (Barrera, 2009, p. 268). Cabe señalar también que la empresa Iberduero subvencionó la puesta en marcha de *Comunicación y Sociedad*.

De acuerdo con la estructura establecida de Estudios, Notas y Reseñas, aquel primer y ansiado número contenía tres estudios, cinco notas, y seis reseñas de libros. Aunque finalmente se decidió que los artículos se publicaran en español, tres de los ocho artículos tenían como autores a investigadores extranjeros: el italiano Gianfranco Bettetini (“El desorden ordenado de la comunicación de masas”); el alemán Borys Groys (“El poder lo tiene el que domina los lenguajes. Sobre los lenguajes como reproducción, creación y simulación”), y el británico Andrew Mango (“Las noticias del mundo”). Los otros cinco artículos eran obra de profesores de la Facultad: Juan José García-Noblejas (“Fundamentos para una iconología audiovisual”); Francisco Iglesias (“Incidencia económica de la publicidad: valoración comparativa en diarios, revistas, radio y televisión”); Daniel Innerarity (“Comunicación y simulación. Para una filosofía de la razón informática”); José Francisco Sánchez (“Los temas

periodísticos de Miguel Delibes”); y Carlos Soria (“La buena fe en la relación laboral informativa [Comentario a la Sentencia del Tribunal Constitucional del 21 de enero de 1988]”).

Este carácter internacional se mantuvo en los dos números de 1989, con artículos de investigadores de amplio reconocimiento internacional como Eugenio Coseriu, Emmanuel Derieux y Wolfgang Donsbach.

Como es lógico, el desarrollo de *Comunicación y Sociedad* experimentaría algunos cambios para lograr su consolidación como revista de referencia, especialmente en el mundo de habla hispana, y al mismo tiempo reflejar la labor de investigación que se hacía en la Facultad o desde la Facultad. Así, durante algún tiempo se publicaron algunas de las ponencias o comunicaciones de las Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, que se celebraban cada año desde 1986. Ya entrados en el siglo XXI, la profesionalización de la revista llevó a seguir los criterios de calidad habitualmente establecidos para las revistas científicas internacionales y convertirse en una revista de comunicación de amplio espectro que admite –al igual que desde sus inicios– artículos escritos desde variadas perspectivas teóricas y empíricas en diversos subcampos de la comunicación.

Ya en la segunda década del siglo XXI, desde octubre de 2014 se cambió el nombre original de la revista por el actual de *Communication & Society*. En otras palabras, se procedió a su traducción al inglés al mismo tiempo que la gran mayoría de los artículos se publicaban ya en lengua inglesa. Pasó de publicar dos números al año a publicar cuatro. En este último período, la revista ha figurado habitualmente en posiciones destacadas dentro de los más reconocidos índices de impacto internacionales. Desde 2016 se gestiona desde el sistema de gestión *online* de revistas en abierto y se ha posicionado como revista de referencia en el ámbito internacional.

Se ha hecho clásica la expresión de que “veinte años no son nada”, pero podríamos decir, una vez comprobada la extensa nómina de autores que han visto publicados sus artículos en la revista, que treinta años sí son algo: quizás el comienzo, con una visión estratégica de largo alcance, de algo aún más grande como estar en la vanguardia de la investigación en este apasionante ámbito científico de comunicación. Ciertamente, es un gusto celebrar aniversario y esta vez, toca a la revista *Communication and Society* celebrar su 30 cumpleaños en el contexto de los sesenta años de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

En esta ocasión lo celebramos con dos números especiales. El primero consta de firmas tan reconocidas como Robert Picard en economía de los medios, McCombs, López-Escobar y Marita Carballo, presidenta electa de la WAPOR (World Association for Public Opinion Research) en opinión pública, Colombo en industria cultural, Fawkes en relaciones públicas y Noguera en periodismo participativo. Estos artículos servirán como referencia reciente a los estudiosos en estos campos. Añaden además una mirada al futuro de la investigación en las diversas disciplinas.

El número incluye también investigaciones recientes sobre comunicación desde distintas perspectivas: los grupos de investigación en comunicación en España, perfiles profesionales periodísticos demandados por la industria, la productividad de la investigación en España, y dos temas de actualidad, uno más global: el *big data* en el periodismo, y otro local referido a la cobertura de prensa del conflicto chileno en los primeros años de la presidencia de Bachellet. Ver cómo nuestra área crece y se consolida es un placer.

El segundo número especial es el coordinado por José Fernández-Cavia, miembro del equipo editorial de la revista desde 2015 y profesor de Publicidad en la Universidad Autónoma de Barcelona, con Mihalis Kavaratzis de la Universidad de Leicester y Nigel Morgan de la Swansea University en el Reino Unido. Este número especial lleva el título de “*Place branding. A communication perspective*”. El tema es novedoso –las primeras publicaciones datan de 2008–, pero ha cobrado interés académico en los últimos años al hilo del desarrollo del concepto de ciudad.

Como editora, me siento orgullosa de celebrar los 30 años de esta revista que cuenta con el prestigio de tantos autores y revisores que con profesionalidad y rigor han contribuido al reconocimiento internacional de la revista, y no puedo menos que estar muy agradecida al trabajo de los editores que me precedieron. Nombrarlos es rendirles un homenaje: José María Desantes (1988-1989), Esteban López-Escobar (1990-1992), José Francisco Sánchez (1993-1994), Ángel Arrese (1995-1997), Efrén Cuevas (1998-2000), Carlos Sotelo (2000-2002), José Javier Sánchez Aranda (2002-2007), Ana Azurmendi (2008-2013) y Carlos Barrera (2013-2016). No puedo tampoco dejar de mencionar a los revisores que hacen con desinterés y rigor su trabajo y contribuyen con la mejora y crecimiento del saber científico. Gracias a ellos, la revista está hoy en Scopus, y esperamos que pronto alcance de nuevo el JCR de la *web of Science*.

Referencias

- Barrera, C. (2002). Notas para una historia del Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra (1958-1971). *Comunicación y Sociedad*, 15(1), 7-38.
- Barrera, C. (2009). *Historia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Medio siglo de enseñanza e investigación, 1958-2008*. Pamplona: Eunsa.
- Gómez Antón, F. (2002). *Desmemorias*. Pamplona: Eunsa.
- Redacción* (1988). Junio.