

**Dues dècades de comunicació científica:
anàlisi bibliomètrica de les revistes
de la Societat Catalana de Comunicació (1989-2009)**

*Two decades of scientific communication:
a bibliometric analysis of the journals
of the Catalan Communication Society (1989-2009)*

David Fernández-Quijada

Professor lector del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I,
Universitat Autònoma de Barcelona
david.fernandez@uab.es

Dues dècades de comunicació científica: anàlisi bibliomètrica de les revistes de la Societat Catalana de Comunicació (1989-2009)

Two decades of scientific communication: a bibliometric analysis of the journals of the Catalan Communication Society (1989-2009)

RESUM:

Mitjançant un recompte bibliomètric i una anàlisi temàtica basada en el tesaurus de la UNESCO, aquest article caracteritza la producció científica publicada per les revistes de la Societat Catalana de Comunicació entre 1989 i 2009. S'analitzen 498 articles per a obtenir una caracterització d'aquesta producció, i s'estableixen tres clars períodes d'evolució d'aquestes publicacions. Formalment, s'observa una escassa coautoría i un predomini, matisat segons les publicacions, de la publicació en llengua catalana. Els resultats també quantifiquen els temes principals i secundaris, els sectors estudiats i els àmbits teòrics a què es fa referència, així com l'evolució d'aquests paràmetres al llarg dels tres períodes identificats.

PARAULES CLAU:

recerca en comunicació, revistes científiques, producció científica, bibliometria, Catalunya, Societat Catalana de Comunicació.



Two decades of scientific communication: a bibliometric analysis of the journals of the Catalan Communication Society (1989-2009)

Dues dècades de comunicació científica: anàlisi bibliomètrica de les revistes de la Societat Catalana de Comunicació (1989-2009)

ABSTRACT:

Through bibliometric techniques and a thematic analysis based on UNESCO's thesaurus, this article characterises the scientific production published in the journals by the Societat Catalana de Comunicació (Catalan Communication Society) between 1989 and 2009. Four hundred and ninety-eight articles are analysed to measure this production, establishing three clear periods in the two decades studied. Analysis shows limited co-authorship and a predominance of the Catalan language, qualified according to the journals among which significant differences can be found. The results also quantify the primary and secondary topics of the articles, the sectors studied and the theoretical areas explored, as well as their evolution through these parameters over the three periods under analysis.

KEYWORDS:

communication research, scientific journals, scientific production, bibliometrics, Catalonia, Catalan Communication Society.

1. Introducció

Aquesta investigació planteja una reflexió des de les ciències de la comunicació sobre el propi estudi científic que es realitza en aquest camp. En aquest sentit, podem parlar de metainvestigació. Concretament, es pretén aportar llum sobre la recerca en comunicació publicada en les revistes de la Societat Catalana de Comunicació (SCC), de manera que s'ofereix una reflexió sobre les pròpies publicacions de la Societat, segurament la seva activitat més visible. Si bé els orígens de la SCC estan ben documentats en el llibre editat per Joaquim Romaguera i Ramió (1997), poc s'ha investigat fins ara sobre l'aportació pròpiament científica de la Societat. De manera específica, els objectius són dos:

a) Determinar els principals temes de recerca en comunicació a partir del corpus d'estudi proposat.

b) Mesurar l'evolució temporal dels grans temes de la recerca en comunicació feta en català al llarg dels últims vint anys.

En aquest punt és necessària una puntualització: aquest treball no és una anàlisi de la producció científica feta a Catalunya o una mesura de productivitat, sinó que el seu abast es limita a l'estudi d'un corpus ben definit de revistes que tenen un paper específic en la comunitat científica catalana dedicada a l'estudi del fenomen comunicatiu. Els resultats de la recerca, doncs, són aplicables a aquest corpus de revistes i a la institució que les edita i, només de manera limitada, al conjunt de la comunitat recercadora.

D'acord amb els objectius definits, es va plantejar una pregunta de recerca inicial bàsica: quins són els principals temes tractats en les revistes de la SCC entre 1989 i 2009?

Donada la possibilitat d'estudiar tota la sèrie històrica, es va creure pertinent plantejar un estudi longitudinal a partir d'una segona pregunta de recerca: quina és l'evolució de la presència dels diferents temes en aquestes revistes?

Com es pot comprovar, es tracta de dues preguntes senzilles, una resposta adequada de les quals permetria tenir un grau de coneixement important sobre la comunitat científica de l'àmbit de la comunicació a Catalunya i, en general, sobre la recerca en comunicació publicada en català al llarg de dues dècades.

2. Mètode

El mètode de recerca parteix d'un enfocament inductiu, de l'estudi d'un fet comunicatiu a partir del qual es genera un coneixement sobre l'univers estudiat. Les tècniques emprades són el recompte bibliomètric i l'anàlisi temàtica de tots els articles publicats en els quaranta-un números de les diferents revistes de la SCC publicats fins a l'any 2009. Gran part d'aquest univers no té les paraules clau tan habituals en

les publicacions científiques d'avui en dia. Per això la tasca de l'investigador va consistir a codificar tots els articles publicats en els números de l'univers estudiat, i a excloure'n els textos que difícilment es podien encabir en la categoria d'articles científics, com resums d'actes de la SCC o semblances biogràfiques derivades d'actes de nomenament de socis d'honor, d'actes en memòria de socis traspassats o altres homenatges. Així, el buidatge del corpus analitzat va donar com a resultat un total de 601 textos publicats. Després d'aplicar aquests criteris d'exclusió, es van descarregar 103 textos que no complien els requisits per a ser considerats científics. Així, el corpus final sobre el qual es va treballar estava format per 498 articles.

Per tal de realitzar una anàlisi temàtica coherent, es va utilitzar com a referència per a categoritzar l'univers estudiat el thesaurus general de la UNESCO (<http://www2.ulcc.ac.uk/unesco/>), que es va traduir al català. Aquesta aplicació es va fer en dos nivells jeràrquics: un tema principal, entès com aquell predominant en cada text, i un tema secundari, auxiliar, també tractat en el text però sense la importàn-

Àmbits teòrics	Sectors
Anàlisi de continguts (ANCO)	Cinema (CINE)
Didàctica de la comunicació (DIDA)	Editorial (EDIT)
Disseny audiovisual (DIAV)	Fonografia (FONO)
Disseny gràfic (DIGR)	Internet (INET)
Documentació periodística (DOCU)	Multimèdia (MULT)
Dret de la comunicació (DRET)	Prensa (PREM)
Economia de la comunicació (ECON)	Publicitat (PUBL)
Estructura de la comunicació (ESTR)	Ràdio (RADI)
Ètica i deontologia de la comunicació (ETIC)	Relacions Públiques (RP)
Història de la comunicació (HIST)	Telecomunicacions (TECO)
Periodística (PERI)	Televisió (TV)
Polítiques de comunicació (POLI)	Videografia (VIDE)
Psicologia de la comunicació (PSIC)	Altres (ALTR)
Semiòtica (SEMI)	Diversos (DIV)
Sociologia de la comunicació i estudis de gènere (SOCI)	
Tecnologies de la informació (usos socials) (TECN)	
Teoria de la comunicació (TEOR)	
Altres (ALTR)	

Taula 1. Àmbits teòrics i sectors de la comunicació

Font: Elaboració pròpia a partir de Casasús i Guri (2005).

cia del principal. Aquesta doble assignació temàtica pretenia fer emergir temes importants en una disciplina amb fronteres tan poroses com la comunicació. La inclusió d'un segon tema afegeix riquesa a l'anàlisi perquè suma matisos a classificacions necessàriament àmplies com les del tesaurus de la UNESCO.

Adicionalment, aquesta anàlisi es va complementar amb una classificació per àmbit teòric de la comunicació i sector de la comunicació, partint de la proposta de Casasús i Guri (2005). A aquesta classificació d'àmbits teòrics es va afegir la categoria «Altres», mentre que a la de sectors es van incorporar les d'«Altres» i «Diversos», que fa referència a textos que tracten sobre més d'un sector, per exemple l'audiovisual en conjunt o la radiotelevisió (taula 1).

Per a completar la visió sobre aquests vint anys de recerca es va decidir incorporar tres elements addicionals: un descriptor geogràfic, si l'article es referia a algun territori clarament identificable; un descriptor temporal, amb el període al qual feia referència el contingut de l'article, i descriptors onomàstics lliures —sense referència a cap llenguatge documental controlat— per a noms propis considerats centrals en els textos.

3. La Societat Catalana de Comunicació i les seves publicacions

Creada l'any 1985 com a filial de l'Institut d'Estudis Catalans, la Societat Catalana de Comunicació ha esdevingut al llarg d'un quart de segle el punt de trobada dels recercadors catalans en comunicació social, dels àmbits universitari i de la indústria i, dintre de l'acadèmia, de les diferents facultats i centres que hi imparteixen matèries relacionades. Més enllà de l'àmbit universitari, la SCC ha esdevingut la principal societat científica catalana per a l'estudi de la comunicació.

Una de les àrees en què més s'ha notat la tasca de la SCC al llarg d'aquest temps ha estat l'edició de diferents publicacions periòdiques. Des de l'any 1989, en què es va publicar el número inaugural de *Periodística*, la SCC ha canalitzat mitjançant les seves publicacions periòdiques bona part de la recerca en comunicació feta en català, tant de membres de la mateixa Societat com d'altres investigadors externs. La principal publicació de la SCC durant aquest període ha estat *Treballs de Comunicació*, nascuda el 1991, a la qual cal afegir *Cinematògraf*, *Gazeta* i la ja esmentada *Periodística*.

En la presentació del primer número de *Treballs de Comunicació*, el llavors president de la SCC justificava el seu origen en el fet que «l'agrupació en una societat científica, filial de l'Institut d'Estudis Catalans, dels investigadors en l'àmbit ampli i divers de la comunicació, havia de comptar amb l'edició d'un òrgan propi i alhora comú de tots els sectors disciplinaris d'un col·lectiu que es caracteritza, entre altres trets, per la seva varietat» (Guillamet i Lloveras, 1991: 7).

Juntament amb *Anàlisi*, la revista editada per la Universitat Autònoma de Barcelona des de 1980, les publicacions de la SCC han esdevingut des del seu naixement aparadors de la incipient recerca catalana en comunicació i de la recerca en comunicació feta en català. L'aparició posterior d'altres revistes lligades a universitats catalanes com *Tripodos* (Universitat Ramon Llull), *Formats* (Universitat Pompeu Fabra) o les múltiples capçaleres de la Universitat Oberta de Catalunya no ha desvirtuat el propòsit inicial de la SCC.

Tot això malgrat problemes que han aparegut al llarg d'aquest període, com una irregularitat en l'aparició de les diferents edicions que ja es traslluïa en el primer número de *Treballs de Comunicació*, organitzat a partir d'aportacions a diferents jornades organitzades per la mateixa SSC i on Joaquim Romaguera i Ramió (1991b: 33), aleshores vocal de publicacions, confessava: «el treball que vaig presentar duia per títol "Primeres reflexions sobre el cinematògraf, fins al final de la dècada dels anys deu, emeses per intel·lectuals i escriptors catalans". Més tard, en veure que s'esmunyien les setmanes i TREBALLS DE COMUNICACIÓ no semblava que besllumés aviat, vaig decidir presentar-lo a *Revista de Catalunya*, que el va acceptar».

En aquest sentit, si com el mateix Romaguera i Ramió (1991a: 9) manifesta, «aquest primer volum és l'expressió de la nostra vitalitat», la irregularitat en l'aparició de gran part de la col·lecció ha mostrat certs alts i baixos en aquesta vitalitat. Josep Maria Martí i Martí (1998: 1), llavors president de la SCC, ho reconeixia en la presentació del número 10 de *Treballs de Comunicació* en afirmar que «la idea de "professionalitzar" (i fins i tot redissenyar) la publicació i millorar-ne la periodicitat pensem que és la millor forma de garantir que tot allò que els autors i autores proposen i argumenten en els seus escrits tingui difusió, resposta, valoració i utilitat».

3.1. *Periodística*

Aquesta revista és la primera en termes cronològics, ja que apareix l'any 1989. Tot i que el seu primer director, Josep Maria Casasús, pertanyia a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) quan va començar editar-se, el seu pas a la Universitat Pompeu Fabra (UPF) va crear un fort lligam de la revista amb aquesta universitat. Així es va manifestar en el suport i finançament donat per a la publicació dels números 9 i 10, en la portada dels quals apareix el logotip de la UPF juntament amb els noms de la Societat Catalana de Comunicació i l'Institut d'Estudis Catalans. El relleu de Casasús al capdavant de la publicació el va prendre un altre professor de la UPF, Sergi Cortiñas.

Al llarg d'aquest període ha aparegut amb certa irregularitat (figura 1). Va mantenir la periodicitat anual fins a l'any 1995, i va impulsar fins i tot algun número especial, com el 3, dedicat a la primera tesi doctoral sobre periodisme. Va tornar a aparèixer entre 2000 i 2001 per a emmudir set anys fins que el 2008 se'n reprèn la publicació, sempre amb un tema monogràfic relacionat amb el periodisme (taula 2).

Formalment, la revista incorpora resums en anglès dels textos publicats des del primer número (excepte en el número 3, en què no apareixen). Aquest resum, situat al final de la revista, passa a la primera pàgina de cada text a partir del núme-

Número	Any	Tema
1	1989	Història i mètode crític dels textos periodístics
2	1990	Teoria i anàlisi dels esdeveniments periodístics
3	1990	La primera tesi doctoral sobre periodisme (Leipzig, 1690)
4	1991	Pragmàtica i recepció del text periodístic
5	1992	Noves recerques i estudis sobre periodisme antic
6	1993	Estratègies en la composició dels textos periodístics
7	1994	Retòrica i argumentació en el periodisme actual
8	1995	Avenços en l'anàlisi de mitjans de comunicació
9	2000	Nous enfocaments en l'estudi de l'actualitat
10	2001	Noves recerques històriques i prospectives
11	2008	Aportacions a la història i a l'anàlisi del periodisme científic

Taula 2. Temes monogràfics de *Periodística*

ro 11, en què s'incorporen altres novetats: el resum en l'idioma original, les paraules clau en l'idioma original i en anglès, una breu semblança biogràfica de l'autor al final del text (la identificació de la seva institució de pertinença apareix a l'inici de cada revista des del primer número) i l'identificador d'objectes digitals o *digital object identifier* (DOI), que permet identificar i classificar més clarament els textos a la Xarxa.

3.2. Treballs de Comunicació

En el cas de *Treballs de Comunicació*, la revista sorgeix el 1991 com la revista genèrica de la SCC, amb cabuda per a tot tipus de temes relacionats amb l'àmbit d'interès de la Societat mateixa. Exceptuant l'any 2003, apareix al llarg de tot el període, això sí, amb una constant irregularitat. Al desembre de 2009, just al final del període que cobreix aquesta recerca, apareixia l'últim número de la revista amb aquesta denominació, ja que a partir de 2010 passa a denominar-se *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*.

Formalment, els resums en anglès dels textos publicats apareixen des del primer número amb excepció del 9 i del 10, corresponents a l'any 1998. Al juny de 1999, coincidint amb el número 11 i el canvi de portada, la revista incorpora la identificació de la institució de procedència de l'autor, que ja es mantindrà malgrat excepcions puntuals. L'identificador d'objectes digitals i les paraules clau s'incorporen al juny de 2008 coincidint amb l'aparició del número 24. Un any abans, amb el número 22, s'havia traslladat el resum en anglès del final del volum a la primera pàgina de cada article.

3.3. *Cinematògraf*

Aquesta publicació va néixer per publicar els textos resultants de les Jornades sobre Recerques Cinematogràfiques, la primera edició de les quals, el 1992, coincideix amb el primer número de *Cinematògraf*. La segona i tercera edició d'aquesta trobada coincideixen amb el segon i el tercer (i de moment darrer) número de la revista. L'ús del nom va ser possible gràcies a la cessió per part de la Federació Catalana de Cineclubs, que havia publicat *Cinematògraf. Annals de la Federació Catalana de Cine-clubs* entre 1983 i 1987 (Romaguera i Ramió, 1992).

Formalment, no incorporava resums ni paraules clau en anglès (ni en l'idioma original) ni identificava la institució de procedència de l'autor.

3.4. *Gazeta*

Gazeta va néixer el 1994 definint una línia molt específica: «l'objectiu del col·loqui i de GAZETA és constituir una plataforma de recerca de l'hemerografia, la investigació i la divulgació de documents i treballs que tenen el nexa comú de la història de la premsa» (Figueres i Artigues, 1994: 9). De fet, en la portada del que durant setze anys va ser el seu únic número apareix la llegenda «Actes de les Primeres Jornades d'Història de la Premsa» que, per altra banda, aparegueren també repartides en diversos números de *Treballs de Comunicació* per manca d'espai a *Gazeta*. Fins a la realització d'aquesta recerca, la revista havia publicat un únic número, malgrat que en l'inaugural desenvolupava plans de futur: «el contingut futur de GAZETA serà dedicat a l'aportació de textos i documents importants per al coneixement més gran del passat periodístic, a la transcripció d'epistolaris i de memòries inèdites, a l'exhumació de dades i sèries estadístiques o econòmiques vinculades a la difusió i la vida de capçaleres singulars, a la realització de repertoris hemerogràfics sectorials, a la divulgació de la bibliografia especialitzada» (Figueres i Artigues, 1994: 10).

Formalment, no incorporava resums ni paraules clau en anglès (ni en l'idioma original) ni identificava la institució de procedència de l'autor.

4. La investigació sobre la recerca en comunicació a Catalunya

L'interès per la producció científica en comunicació que guia la recerca en la qual es basa aquest article parteix d'una llarga tradició a Catalunya que es remunta a quasi tres dècades enrere, quan van aparèixer les primeres publicacions periòdiques específiques (Moragas i Spà, 1980). Des de llavors hi ha hagut alts i baixos en la reflexió sobre aquesta producció científica i diferents tendències identificables.

Així, algunes de les primeres contribucions parteixen d'aportacions descriptives i de caràcter clarament històric (Berrio, 1997 i 1998; Gifreu, 1989), que més endavant s'intenten sistematitzar en alguns casos i deriven cap a anàlisis de tipus més

quantitatiu (Casasús i Guri, 2005; Civil i Serra, 2011; Fernández-Quijada, 2011a; Giner, 1997; Masip i Fernández-Quijada, 2011; Moragas i Spà *et al.*, 2007 i 2009).

Aquesta línia quantitativa de mesurament de la producció científica té un origen clar en la tasca que des del Centre d'Investigació de la Comunicació duu a terme Daniel E. Jones, la prolífica obra del qual en aquest camp es fixa tant en aspectes generals (1991, 1995a, 1997 i 2000) com també específics, com ara les tesis doctorals (2000; Jones i Baró i Queralt, 1997) o els centres de recerca (1990, 1992a, 1992b, 1993 i 1998).

Altra literatura sobre la matèria inclou l'anàlisi bibliomètrica comparada de revistes científiques (Masip, 1998), una descripció de les activitats dels departaments universitaris de comunicació (Larrègola, 2000; Ruiz-Collantes, 2000) o reflexions crítiques sobre l'evolució de la recerca en comunicació (Gifreu, 1990; Moragas i Spà, 1998).

Tot i la recerca desenvolupada, l'agenda pendent és encara àmplia, i inclou major interès pels aspectes qualitatius de la recerca o els interessos temàtics dels investigadors.

5. Resultats

Les tres primeres seccions d'aquest apartat exposen els resultats derivats del recompte bibliomètric, cosa que permet caracteritzar formalment els articles que formen part de l'univers estudiat. El quart i darrer apartat se centra en l'anàlisi temàtica.

5.1. Nombre d'articles

Els articles analitzats no es van repartir de manera uniforme entre les diferents revistes, sinó que es van concentrar en *Treballs de Comunicació*, que representa el 60 % de tota aquesta producció (taula 3). A continuació se situa *Periodística*, amb gairebé una quarta part del total.

Revista	Nre. d'articles	%
<i>Treballs de Comunicació</i>	299	60
<i>Periodística</i>	112	22,5
<i>Cinematògraf</i>	61	12,2
<i>Gazeta</i>	26	5,2
Total	498	100

Taula 3. Distribució dels articles publicats entre les revistes

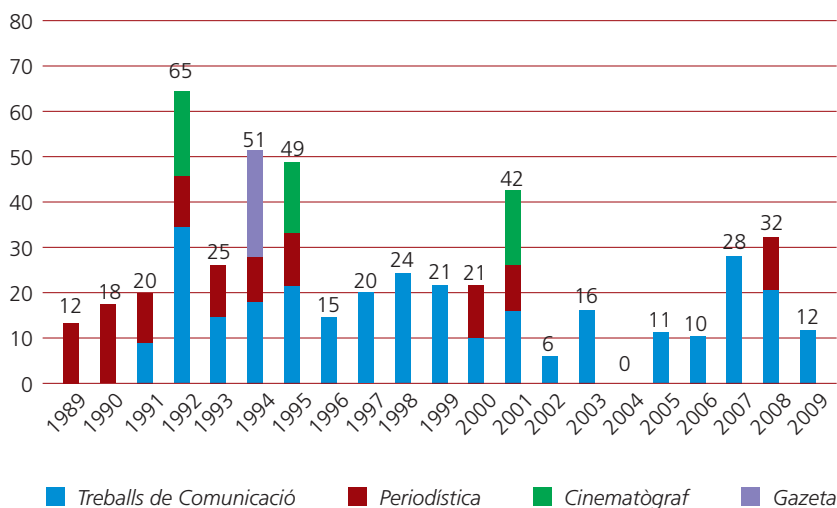


Figura 1. Nombre d'articles publicats

La distribució d'aquesta producció en el temps també va ser irregular, i varia entre els seixanta-cinc articles de l'any 1992, el de màxima producció, fins a l'any 2004 en què no es va publicar cap de les revistes analitzades (figura 1). Com es pot comprovar, la irregularitat és la nota predominant, de manera que els quatre anys de màxima producció són els quatre anys en què apareixen números de *Cinematògraf* o *Gazeta*.

A partir de les dades aportades, és possible distingir tres períodes de fertilitat en la publicació d'articles en les revistes de la SCC:

- gènesi entusiasta: un moment inicial de tendència creixent en el nombre de textos, corresponent al període de 1989 a 1995, impulsat per la vitalitat de *Periodística* i les aparicions puntuals de *Cinematògraf* i *Gazeta*;

- estabilització: una segona etapa d'estabilització en la producció, que es basa en *Treballs de Comunicació* com a revista pràcticament única del període, que arribaria fins a l'any 2001, en què, gràcies a l'últim número de *Cinematògraf*, s'arriba a una producció de quaranta-dos textos que inicia un canvi clar de tendència;

- crisi de maduresa: una última etapa caracteritzada per la irregularitat i l'escàs volum d'originals publicats, que es reflecteix en una dada prou evident: els cinc anys amb menor nombre de textos publicats es donen en aquest període.

Sempre que s'indicava en la mateixa publicació, es va codificar l'origen del text si aquest procedia d'algun tipus de jornada, seminari o conferència, com la jornada anual que organitza la SCC a Girona o les diferents inauguracions de cursos acadèmics. Tot i que les presentacions de tesis doctorals han estat una activitat desenvolupada tradicionalment en aquesta jornada anual a Girona, en alguns números no s'identificaven

com a tal i no s'han codificat com a originades en aquest acte. Tot i així, 255 dels 498 articles analitzats (51,2 %) eren el reflex d'alguna activitat prèvia de la Societat, és a dir, no eren textos elaborats originalment per a ser publicats a la revista.

5.2. Autories

El nombre d'autories no coincideix amb el nombre d'articles per l'efecte que provoquen les autories múltiples, és a dir, aquells articles signats per més d'un autor. Així, el nombre d'autories al llarg dels anys analitzats és de 551, repartides en el temps de forma similar a la dels articles (figura 2).

Clarament, al llarg del període predomina l'autoria única. Més del 90 % dels textos, un total de 459 articles, està signat per un únic autor, enfront de trenta-nou que sorgeixen de la col·laboració de diversos autors (figura 3).

La revista en què es dona un major nombre de col·laboracions és *Cinematògraf*, seguida de *Treballs de Comunicació*, tot i que cap d'aquestes arriba al 10 % dels articles publicats. A *Periodística* la col·laboració no arriba ni al 5 % dels textos, mentre que a *Gazeta* no es dona cap cas.

La col·laboració més habitual és la de dos autors, mentre que el cas de major nombre d'autories es dona el 2001 a *Treballs de Comunicació* amb sis autors. Del nombre mitjà d'autors per article es deriva l'índex de coautoria. L'aplicació d'aquest índex a les revistes analitzades dona una mitjana d'1,11 autors per article al llarg de tot el període (taula 4).

Aquesta mitjana coincideix amb la de *Cinematògraf*, mentre que *Periodística* se situa per sota (1,04), igual que *Gazeta*, que no té cap article amb autoria múltiple.

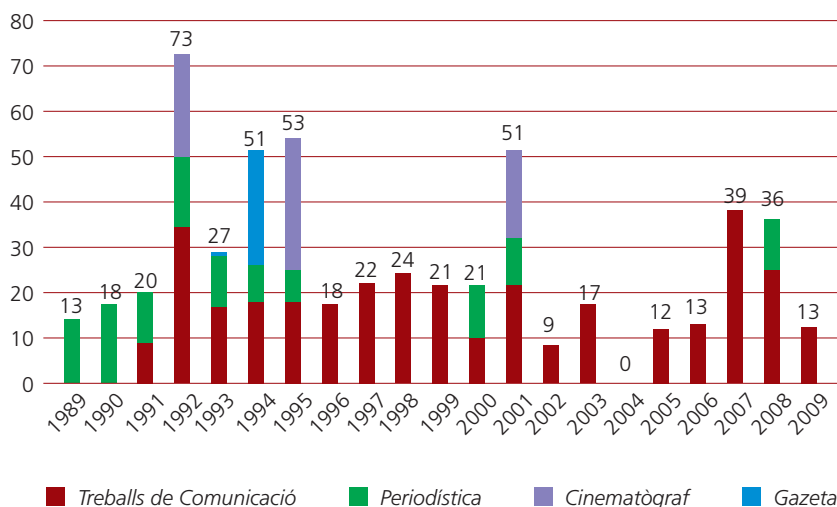


Figura 2. Nombre d'autories

DAVID FERNÁNDEZ-QUIJADA

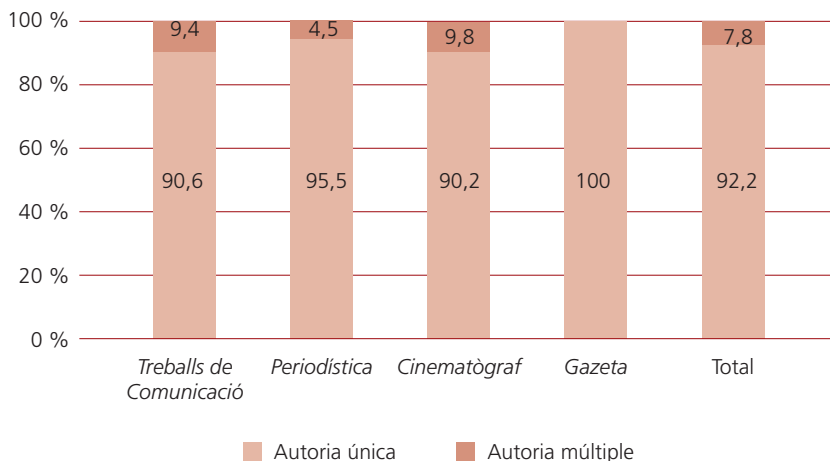


Figura 3. Autoria única i múltiple

Revista	Autors	Articles	Índex de coautoría
<i>Treballs de Comunicació</i>	340	299	1,14
<i>Cinematògraf</i>	68	61	1,11
<i>Periodística</i>	117	112	1,04
<i>Gazeta</i>	26	26	1
Total	551	498	1,11

Taula 4. Índex de coautoría

Treballs de Comunicació és l'única revista situada per sobre de la mitjana, amb 1,14 autors per text i alguns anys amb xifres bastant per sobre, per exemple el 2002 (1,50), el 2001 (1,41) o el 2007 (1,39).

5.3. Idioma

L'article 4 dels estatuts de la SCC sosté que «el català serà, doncs, la llengua pròpia de la Societat i la que serà usada normalment en tots els seus actes i publicacions». Malgrat aquesta política, lògica donada l'afiliació de la SCC a l'Institut d'Estudis Catalans, les seves publicacions sempre han mantingut una política idiomàtica oberta que es resumeix en la següent declaració apareguda en la presentació del primer número de *Periodística* i, per tant, el primer exemplar de les revistes editades per la SCC: «els treballs dels col·laboradors i les col·laboradores que escriguin en qualssevol de les llengües romàniques —en aquest número només n'hi ha en cata-

Idioma	Nre. d'articles					%				
	Treb.	Period.	Cinem.	Gaz.	Total	Treb.	Period.	Cinem.	Gaz.	Total
Català	286	71	58	20	435	95,7	63,4	95,1	76,9	87,3
Castellà	10	30	3	6	49	3,3	26,8	4,9	23,1	9,8
Francès	1	4	—	—	5	0,3	3,6	—	—	1,0
Italià	2	2	—	—	4	0,7	1,8	—	—	0,8
Portuguès	—	4	—	—	4	—	3,6	—	—	0,8
Gallec	—	1	—	—	1	—	0,9	—	—	0,2
Total	299	112	61	26	498	100	100	100	100	100

Taula 5. Idioma dels articles publicats

là i en castellà— es reprodueixen en la seva versió original, d'acord amb el criteri, que serà aplicat també quan arribin textos en altres idiomes, d'estimar que la formació humanística, compartida per tots els professors i investigadors en matèria de Periodística dels països llatins, permet entendre els treballs de la nostra especialitat en qualsevol de les llengües germanes» («Presentació», 1989: 6).

En analitzar l'idioma emprat en els articles publicats apareix aquest predomini del català, llengua en què s'escriuen 435 dels 498 textos, gairebé un 90 % (taula 5). Una mica menys del 10 % correspon a articles escrits en castellà, mentre que la resta de llengües emprades, en un total de catorze textos, són el francès, l'italià, el portuguès i el gallec.

Aquestes dades idiomàtiques varien en funció de la revista. Així, a *Treballs de Comunicació* i a *Cinematògraf* la presència del català és quasi total, amb més d'un 95 % dels textos. A *Gazeta* i, especialment, a *Periodística*, hi ha més obertura idiomàtica. En xifres absolutes, quaranta-un dels seixanta-tres textos publicats en una llengua diferent de la catalana apareixen en la capçalera pionera de la SCC, cosa que representa dos terços del total.

5.4. Temes

L'anàlisi dels temes es pot diferenciar en sis aspectes diferents que guiaran l'ordre en què es presentaran els resultats. En primer terme es treballa amb els descriptors temàtics del tesaurus de la UNESCO; a continuació es desenvolupen les dades relatives als descriptors geogràfics i temporals; segueixen els descriptors lliures i, en últim terme, l'anàlisi per àmbits teòrics i sectors complementa aquestes dades.

5.4.1. Descriptors temàtics

L'anàlisi del tema principal va donar com a resultat un clar predomini de la informació i la comunicació, que protagonitza gairebé tres quartes parts dels articles (figu-

DAVID FERNÁNDEZ-QUIJADA

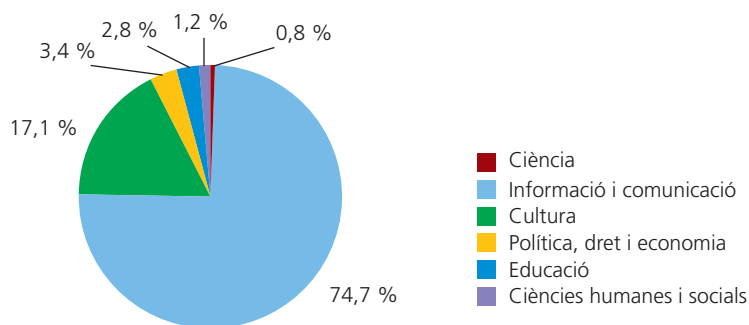


Figura 4. Zones de coneixement dominants dels temes principals

ra 4). A continuació se situava la cultura (17,1 %), una zona estretament vinculada amb la informació i la comunicació i on s'inclou el microtesaurus de cinema. La resta de zones tenia una presència gairebé testimonial. Finalment, cal assenyalar que no apareixia la setena zona, dedicada a països i agrupacions de països.

Al llarg del període no s'observen grans canvis en aquesta fotografia temàtica, tot i que sí que es produeixen matisos (figura 5). El predomini de la informació i la comunicació s'accentua en l'etapa de crisi de maduresa, especialment en detriment de la cultura. Aquest fet es relaciona molt directament amb el descens del nombre de textos dedicats a la cinematografia, un fet parcialment atribuïble a la desaparició de *Cinematògraf*. La presència dels altres grans temes és limitada al llarg de les tres etapes i fins i tot la presència de la ciència com a tema es limita al període d'estabilització.

Com a temes secundaris, el predomini d'informació i comunicació continua

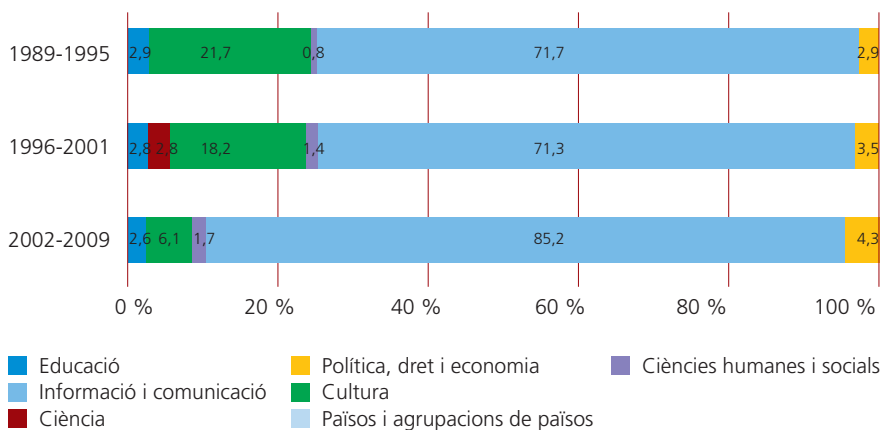


Figura 5. Evolució de les zones de coneixement dominants dels temes principals

DUES DÈCADES DE COMUNICACIÓ CIENTÍFICA: ANÀLISI BIBLIOMÈTRICA

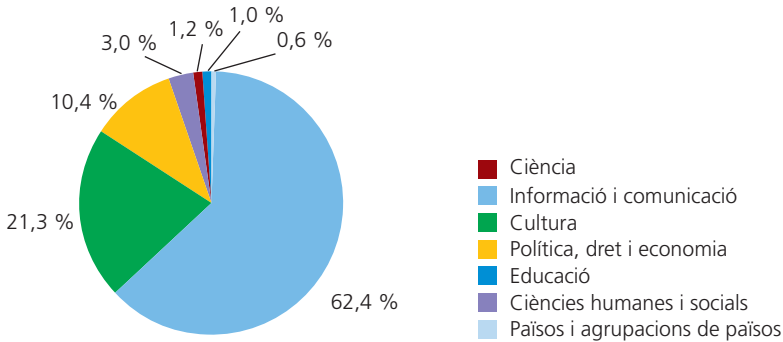


Figura 6. Zones de coneixement dominants de temes secundaris

però de manera més limitada (62,4 %) (figura 6). La cultura guanya presència (21,3 %), mentre que la zona temàtica de política, dret i economia sobrepassa el 10 %. Cap dels altres temes obté xifres importants.

L'evolució dels temes secundaris al llarg del període mostra alguns canvis importants (figura 7). Així, la predominant informació i comunicació se situa per sota del 50 % durant l'etapa d'estabilització. Per altra banda, cultura mostra una tendència creixent que contrasta amb la de política, dret i economia. La tendència decreixent és també molt accentuada amb les ciències humanes i socials, que gairebé desapareixen en el darrer període.

La suma de temes principals i secundaris situa novament informació i comunicació en una posició predominant, propera al 70 %. La cultura representa prop del 20 % dels temes tractats, mentre que el tercer gran tema és política, dret i

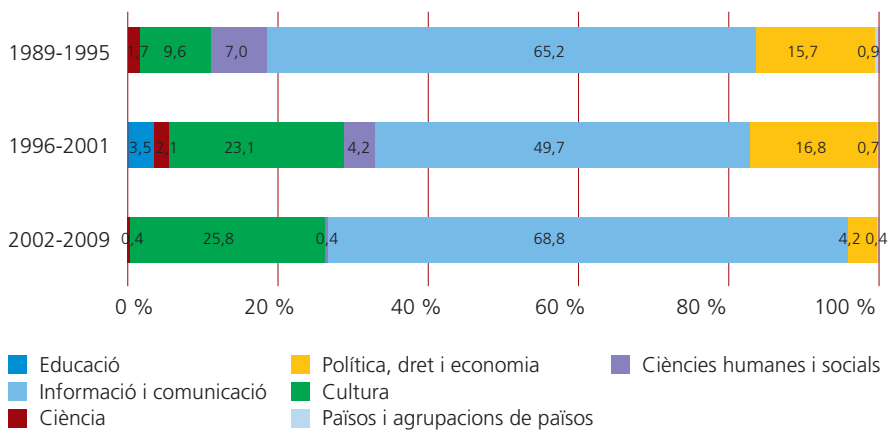


Figura 7. Evolució de les zones de coneixement dominants de temes secundaris

economia (6,9 %). Donada aquesta centralitat, l'anàlisi detallada que es presenta a continuació se centra en els dos temes principals.

5.4.1.1. Informació i comunicació

Com resulta lògic, aquesta zona temàtica concentra la majoria de temes dels articles analitzats. Els nou microtesaurus existents en aquesta zona apareixen de manera que els articles es concentren en dos de manera destacada: indústria de la informació (45,7 %) i recerca i polítiques de comunicació (30,7 %) (figura 8). En el primer d'aquests dos microtesaurus destaquen com a descriptors generals periodisme i premsa i, en menor mesura, radiodifusió, indústria de radiodifusió i comunicació personal. En recerca i polítiques de comunicació sobresurten, precisament, polítiques de comunicació i recerca en comunicació.

La resta de microtesaurus té un paper limitat en termes percentuals però ofereix molta varietat i riquesa en la classificació. De manera potser sorprenent, dos microtesaurus més propis de la biblioteconomia i la documentació que de les ciències de la comunicació, com fonts d'informació i ciències de la informació, se situen en tercera i quarta posició, per davant d'àrees *a priori* més pròpies com les de tecnologia. Una part de l'explicació rau en el sistema de classificació mateix, que en fonts d'informació situa descriptors tan utilitzats en l'àmbit de la comunicació com diaris o fotografies. L'explicació per al microtesaurus de ciències de la informació és el descriptor informació, que permet classificar articles sobre divulgació de la ciència o el tractament de tipus específics d'informació en els mitjans de comunicació, com la informació política o econòmica.

La freqüència d'aparició dels diferents microtesaurus al llarg dels tres períodes definits es manté constant (figura 9). Recerca i polítiques de comunicació perd clarament la batalla amb indústria de la informació pel predomini en la zona temàtica i permet d'aquesta manera que emergeixin ciències de la informació i fonts d'informació.

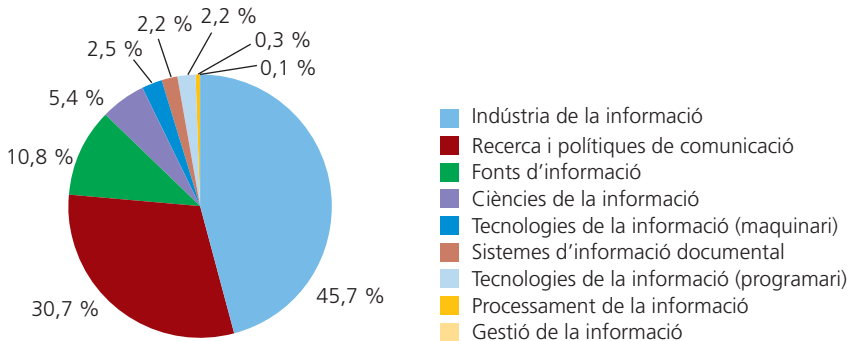


Figura 8. Assignació de microtesaurus dins de la zona informació i comunicació

DUES DÈCADES DE COMUNICACIÓ CIENTÍFICA: ANÀLISI BIBLIOMÈTRICA

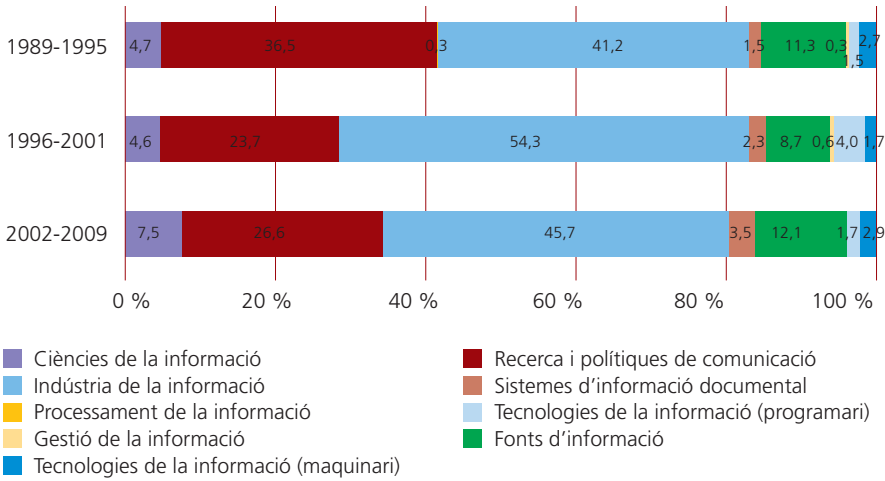


Figura 9. Evolució de microtesaurus dins de la zona informació i comunicació

5.4.1.2. Cultura

La zona temàtica de cultura és la segona que més apareix en la recerca. Tot i que no de manera exclusiva, una gran part de l'explicació resideix en el fet que la cinematografia aparegui classificada dins del microtesaurus d'arts interpretatives, que és el que apareix amb major freqüència (figura 10). Sembla lògic, doncs, que aquesta sigui una categoria especialment popular a la revista *Cinematògraf*, en què representa gairebé el 70 % de les seves assignacions temàtiques. En aquest microtesaurus sobresurt la posició predominant del descriptor general cinema i, dins d'aquest, història del cinema.

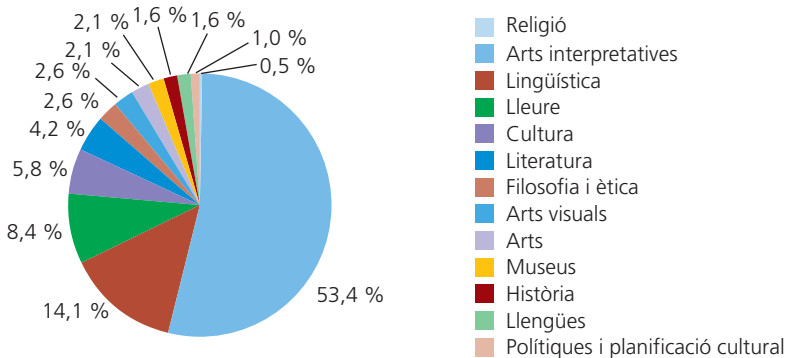


Figura 10. Assignació de microtesaurus dins de la zona cultura

DAVID FERNÁNDEZ-QUIJADA

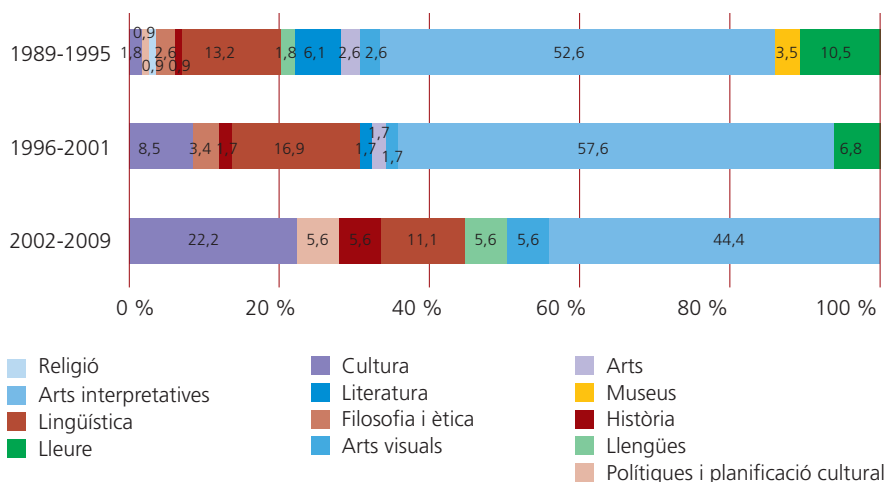


Figura 11. Evolució de microtesaurus dins de la zona cultura

En aquesta zona apareixen fins a tretze microtesaurus. Juntament amb arts interpretatives, el que té una presència més continuada és lingüística, sobretot en estudis sobre la llengua en els mitjans o en estudis semiòtics.

No s'observen grans diferències en agregar les dades segons les tres etapes definides prèviament (figura 11). El predomini de les arts interpretatives es matisa en funció del període, de manera destacada en funció de la publicació dels diferents números de *Cinematògraf*. La lingüística manté un paper destacat en tot moment, tot i que cal assenyalar l'ascens fulgurant de la categoria cultura (un gènere on apareixen descriptors com identitat cultural), que en l'últim període se situa com el segon microtesaurus més usat per a classificar els articles d'aquesta zona.

5.4.2. Descriptors geogràfics

Els marcs geogràfics de referència que utilitzen els autors al llarg dels vint-i-un anys analitzats són molt variats. De fet, només un 56 % dels articles especifica un marc geogràfic concret per a la seva recerca (taula 6).

Entre aquests marcs, l'espai de referència més habitual és Catalunya en el seu conjunt (24,5 %), una xifra que puja al 32,9 % si s'afegeixen els marcs de referència d'altres espais situats a Catalunya, com ara ciutats i viles (Badalona, Barcelona, Girona, Reus, Sabadell, Sant Cugat del Vallès, Terrassa i Torredembarra), províncies (Girona i Tarragona), àrees metropolitanes (Barcelona), comarques (Baix Camp) o altres zones específiques (Costa Brava). Si a això s'afegeixen altres espais del domini lingüístic del català (València, País Valencià, Illes Balears o l'Alguer), la xifra puja al 38,6 %, tot i que el conjunt dels Països Catalans només s'especifica en tres articles.

Marc geogràfic	Nre. d'articles	%
Sense especificar	219	44,0
Catalunya	122	24,5
Espanya	47	9,4
Barcelona	25	5,0
País Valencià	19	3,8
Altres	66	13,3
Total	498	100

Taula 6. Marc geogràfic de referència

Espanya representa el segon marc de referència més habitual després de Catalunya, amb un 9,4 %, tot just per davant de la ciutat de Barcelona (5 %) i el País Valencià (3,8 %, articles concentrats en gran mesura en el número 22 de *Treballs de Comunicació*, monogràfic sobre la comunicació en aquesta comunitat autònoma).

5.4.3. Descriptors temporals

Els descriptors temporals dels articles també ajuden a situar els treballs analitzats. En el 64,3 % dels casos no hi ha un marc cronològic específic, bé perquè es tracta d'articles teòrics o assaigs o bé perquè l'autor no n'especifica el marc temporal d'anàlisi.

Quan s'aporta una referència temporal se sol situar al segle xx (figura 12). Les recerques anteriors al segle XIX són molt poc habituals, cosa que sembla relacionada amb la joventut mateixa de la comunicació de massa com a fenomen social.

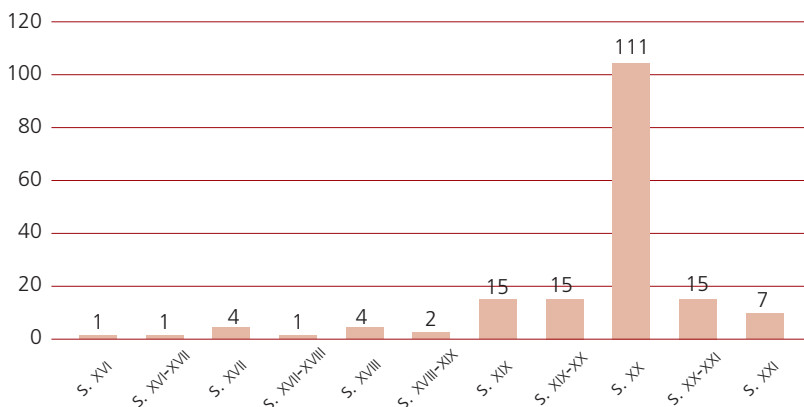


Figura 12. Marc temporal de les recerques

5.4.4. *Descriptors lliures*

Els descriptors lliures només són aplicables a un 29,5 % dels articles analitzats. La seva tipologia és variada, ja que inclou noms de persones sobre les quals ha versat algun dels textos publicats, amb predilecció per periodistes (Abdó Terradas, Carles Soldevila, Eduard Fiol i Marquès, Eleonora Duse, Franklin D. Roosevelt, Gaziel, Joan Fuster, Joan Maragall, Josep Maria Espinàs, Josep Pla, Lluís Ferran de Pol, Luis Buñuel, Santiago Rusiñol, Valentí Almirall, etc.), publicacions (*Arte y Cinematografía*, *Boletín Oficial de la Provincia de Cataluña*, *Diario de Barcelona*, *Diario de Valencia*, *El País*, *El Periódico de Catalunya*, *El Punt*, *La Vanguardia*, etc.), edificis com els cinemes (Coliseum a Barcelona o Saló Imperial a Sabadell) o institucions diverses (la radiotelevisió pública britànica BBC, les universitats UAB o UPF o el sindicat Unió General de Trabajadores), etc.

5.4.5. *Descriptors d'àmbits teòrics*

Malgrat l'existència de disset àmbits teòrics en la classificació emprada per a aquesta recerca, la majoria d'articles es concentra en uns pocs d'aquests àmbits (figura 13). Així, història de la comunicació (25,1 %) i periodística (19,3 %) són els dos grans àmbits teòrics en els quals s'inscriuen els articles analitzats. Un altre grup de quatre àmbits se situa al voltant del 10 % del total, i inclou l'anàlisi de continguts, l'estructura de la comunicació, i la sociologia de la comunicació i estudis de gènere. En aquest grup cal incloure també l'epígraf «Altres», que és el tercer que més apareix (10,4 %). La resta d'àmbits apareix de manera molt reduïda, i inclou casos com els d'economia de la comunicació o disseny gràfic, que només es donen dos cops cadascun (0,4 %).

Al llarg del període analitzat es produeixen variacions en els àmbits teòrics estudiats (figura 14). La història de la comunicació sempre preval com l'àmbit més estudiat, però la seva importància cau més de catorze punts entre l'etapa de gènesi creativa i les dues posteriors. Succeeix el mateix amb la periodística, que en la

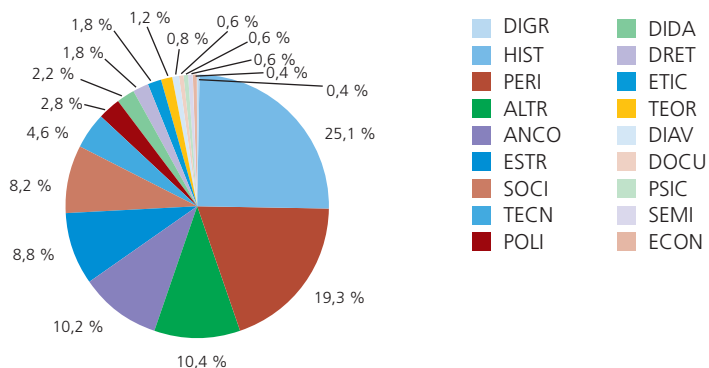


Figura 13. Àmbits teòrics sobre els quals tracten els articles publicats (1989-2009)

Vegeu el significat de les abreviacions a la taula 1.

DUES DÈCADES DE COMUNICACIÓ CIENTÍFICA: ANÀLISI BIBLIOMÈTRICA

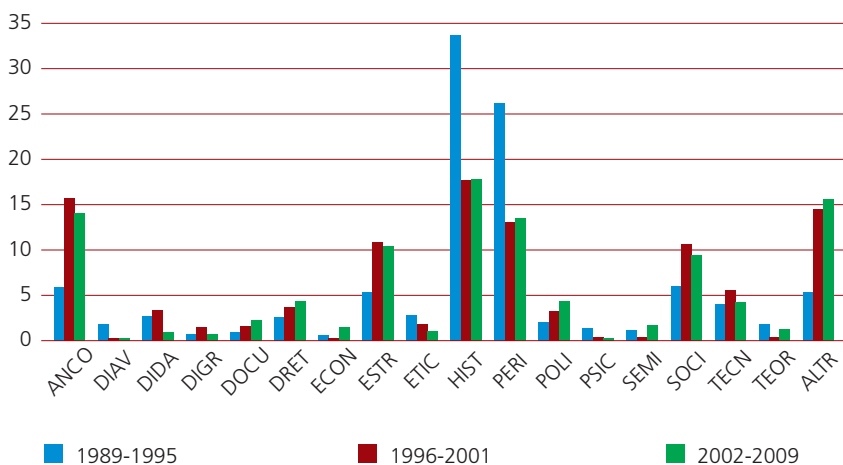


Figura 14. Evolució dels àmbits teòrics (% , 1989-2009)

Vegeu el significat de les abreviacions a la taula 1.

segona i tercera etapa cedeix la segona posició a l'anàlisi de continguts i a «Altres». Aquesta categoria, juntament amb estructura de la comunicació i sociologia de la comunicació i estudis de gènere, manté una tendència a l'alça.

5.4.6. Descriptors de sectors

L'anàlisi dels treballs publicats per sectors atorga un clar predomini a la premsa, que amb el 42,2 % del total dels treballs mostra ben clarament les línies prioritàries del període (figura 15). A continuació se situa el cinema, amb un 16,3 % del total, seguit de la categoria «Diversos» (13,7 %). La televisió també apareix amb una posició destacada (12 %), mentre que per la part baixa, amb menys d'un 1 % del total, apareixen sectors com el videogràfic, el fonogràfic, l'editorial (amb un únic treball cadascun, un 0,2 % del total) o el publicitari (0,8 %). Cal destacar que no apareix cap text sobre Internet o les telecomunicacions com a sector d'estudi.

Al llarg del període analitzat s'han donat certs canvis de protagonisme en els sectors sobre els quals han recercat els investigadors (figura 16). Així, el predomini de la premsa durant l'etapa de gènesi entusiasta (52,9 %) es matisa durant les dues èpoques següents al voltant del 30 %. Sens dubte, en l'alt percentatge del període inicial té un paper central l'activitat continuada de *Periodística*, una revista molt centrada en la premsa, i l'únic número de *Gazeta*. El cinema segueix aquesta tendència descendent, que es pot relacionar amb la desaparició de *Cinematògraf*, una revista dedicada a aquest sector. El gran canvi es produeix entre les etapes d'estabilització i de crisi de maduresa, moment en què, per exemple, es veu igualat per la ràdio i superat per la televisió. En l'anàlisi també destaca el paper creixent de l'epígraf «Diversos», que en l'últim període representa més d'una quarta part dels articles publicats. Per altra banda,

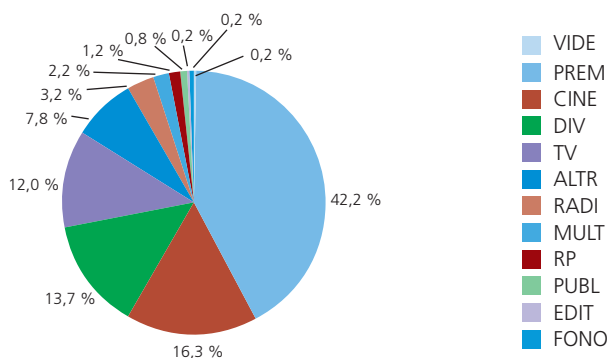


Figura 15. Sectors sobre els quals tracten els articles publicats (1989-2009)

Vegeu el significat de les abreviacions a la taula 1.

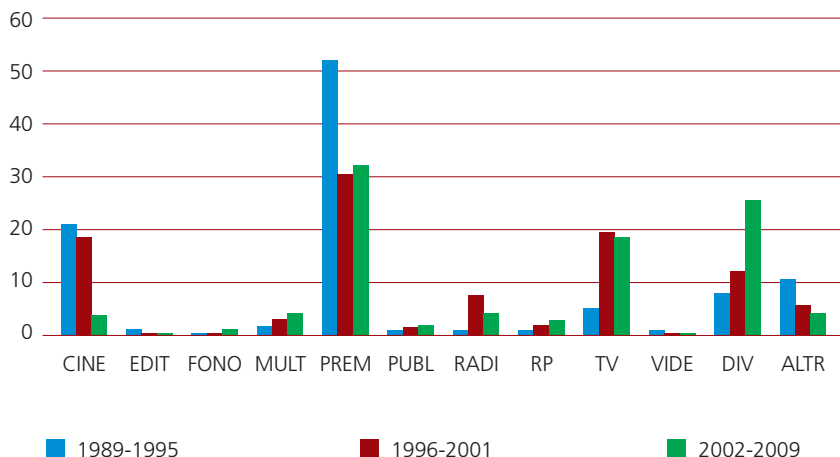


Figura 16. Evolució dels sectors (%), 1989-2009

Vegeu el significat de les abreviacions a la taula 1.

la tendència creixent de multimèdia, publicitat i relacions públiques queda matisada per unes xifres molt baixes fins i tot en la millor de les etapes analitzades.

6. Discussió i conclusions

Els resultats d'aquesta investigació ofereixen una aportació addicional a les ja existents sobre la recerca en comunicació a Catalunya, que complementa i amplia les

poques aportacions prèvies que s'han interrogat sobre els temes prioritzats pels investigadors, com la de Casasús i Guri (2005). L'anàlisi temàtica de les revistes de la SCC al llarg dels seus primers vint anys d'història ofereix dades que permeten mostrar una radiografia de la nostra comunitat científica i de les seves publicacions.

Una primera dada que emergeix és la sorprenent evolució del nombre d'originals publicats, ja que el descens en el volum d'articles és inversament proporcional al creixement de la comunitat de recercadors en comunicació per l'obertura de noves facultats de comunicació. El 1989, any d'aparició del primer número de les revistes de la SCC, només la Universitat Autònoma de Barcelona oferia estudis de comunicació a Catalunya, mentre que la dècada dels anys noranta i el canvi de segle viuen la contínua aparició de noves facultats. L'augment de la massa d'investigadors acadèmics, a la qual cal sumar el constant contacte amb el sector professional que ha caracteritzat la Societat, no va acompanyat d'un creixement en el nombre d'aportacions publicades per la SCC sinó ben al contrari. El descens del nombre d'articles publicats evidencia un desplaçament cap a la perifèria del paper representat per les revistes de la Societat. Més enllà de possibles raons internes de gestió editorial, dos elements externs es poden apuntar, temptativament, com a explicatius d'aquest moviment: la competència de les noves revistes sorgides de les noves facultats catalanes de comunicació i l'anomenat *efecte ANECA* (Agència Nacional d'Avaluació de la Qualitat i Acreditació) (Soriano, 2008). L'aplicació d'aquest efecte ANECA en aquest cas explicaria que la tardana adaptació de les revistes de la SCC a les exigències formals de les agències d'avaluació universitària hauria relegat el seu paper en el sí d'una comunitat recercadora catalana que necessita, en un context d'inflació meritocràtica, revistes que compleixin uns requisits mínims de qualitat formal i de presència en les bases de dades bibliogràfiques usades per aquestes agències en la seva tasca. Fins i tot per als socis mateixos de la SCC, la publicació de la producció científica dels quals era l'objectiu prioritari de les revistes de la Societat, com es posa de manifest en alguns dels primers editorials, l'efecte ANECA representava un fre. Aprofundir en aquests aspectes, però, requeriria introduir elements qualitius, interrogant directament els investigadors.

En tot cas, l'evolució recent de les publicacions de la SCC ja apunta que internament s'havia fet l'anàlisi d'un necessari replantejament de la política sobre això: el canvi de nom i format de *Treballs de Comunicació*, ara dita *Comunicació. Revista de Recerca i d'Anàlisi*, i els relançaments de *Periodística*, des del 2008, i de *Gazeta*, des del 2010, ho demostren. En una segona fase, és previsible que aquests canvis formals en les revistes s'acompanyin de canvis en l'autoria, per exemple amb un augment de l'índex de coautoria, un fenomen propi del procés de maduració d'un camp científic, com s'observa a Espanya (Fernández-Quijada, 2011b). Tot plegat, els indicadors formals apunten una quarta etapa històrica que es pot afegir a les tres clarament identificades en aquest treball.

Un element addicional que cal destacar fa referència a la distribució temàtica. En general es confirmen els elements apuntats per Casasús i Guri (2005) per al

període 1996-2002. Així, es privilegien els temes més clàssics, com el periodisme i la cinematografia, mentre que s'ignoren de manera sistemàtica altres realitats de sectors professionals com l'editorial, el fonogràfic o el videogràfic, a més d'Internet i l'àmbit de les telecomunicacions, en els quals no se centra cap dels articles analitzats. Relacionat amb aquest aspecte, s'estableix una relació directa entre la presència de temes com el periodisme i la cinematografia i la publicació de revistes específiques sobre aquestes matèries com *Periodística*, *Gazeta* o *Cinematògraf*. Tot i la possibilitat de publicar aquests textos a *Treballs de Comunicació*, amb una declarada voluntat generalista, sembla que la disponibilitat d'una publicació especialitzada impulsa la visibilitat de determinats temes. No és l'únic factor que ho explica, ja que a *Treballs de Comunicació* també són predominants. Es tracta, per tant, de temes centrals en la comunitat recercadora catalana, que es mostra conservadora en la seva selecció temàtica. En tot cas, fóra bo que s'impulsés la recerca en àmbits que encara estan a les beceroles a Catalunya. Això permetria crear un segment acadèmic propi alhora que ajudaria a impulsar àmbits incipients en què, a més, es podrien publicar textos fundacionals o de referència. Es tracta, però, d'una decisió de política editorial de les revistes, aplicable a través de la selecció dels temes monogràfics de cada número.

Directament relacionada amb aquesta qüestió, cal assenyalar la invisibilitat investigadora de la publicitat i les relacions públiques, que contrasta amb la seva importància docent a les facultats catalanes de comunicació. Si bé en l'informe de Casasús i Guri (2005) ja apareixia com una àrea de poca producció d'articles científics, caldria investigar més a fons si existeixen possibles paràmetres de publicació propis dels investigadors en publicitat i relacions públiques que expliquessin aquesta aportació tan limitada d'una massa crítica que sabem que existeix pel seu pes a les facultats catalanes.

Malgrat la porositat temàtica que tradicionalment s'atribueix a la comunicació, els temes majoritaris continuen centrats en el propi camp —amb les mancances ja referides— i costa trobar contribucions que, encara que sigui secundàriament, s'introdueixin en altres àrees. L'evolució temporal demostra més aviat el contrari, que s'accentua la concentració de temes propis de la comunicació (incloent l'àmbit del cinema, aquí classificat dins de cultura), cosa que es pot interpretar com una mostra d'assentament d'una àrea científica encara jove.


L'anàlisi d'altres tipus de descriptors també aporta algunes consideracions interessants: la publicació en les revistes de la SCC privilegia la reflexió sobre el fenomen comunicatiu a Catalunya, presa en la seva totalitat o de manera específica en espais concrets, sense oblidar una visió catalana dels fenòmens comunicatius del conjunt espanyol. En l'àmbit temporal, malgrat la importància de la història com a tema, és difícil trobar recerques que es remuntin a un segle previ al xx, fenomen lògic donada la pròpia joventut de la comunicació massiva i el poc cultiu entre els investigadors catalans de temes previs històricament, com la comunicació interpersonal o grupal.

Un últim aspecte que es pot destacar és la coincidència bastant gran entre els àmbits teòrics i els sectors privilegiats en l'univers analitzat i els de Casasús i Guri (2005). Només un àmbit teòric molt rellevant en l'estudi de Casasús i Guri apareix en posicions molt endarrerides en les revistes de la SCC: la tecnologia. Sembla un fet prou important, donada la rellevància contemporània del tema, que s'hauria de tenir en compte en investigacions futures.

Abans de concloure, cal fer esment de les limitacions de la recerca. Per una banda, el fet que el codificador sigui únic introdueix un biaix subjectiu que normalment es resol amb la figura d'un segon codificador que contrasti els resultats, cosa que no s'ha pogut fer en aquesta recerca. Un segon element limitador, sorgit dels resultats de la investigació mateixa, és la sensació que la pròpia naturalesa i organització del tesaurus emprat guia una part dels resultats obtinguts. En tot cas, aquest és un factor que s'ha intentat corregir amb l'aplicació d'elements temàtics complementaris com els àmbits teòrics o els sectors.

Finalment, cal assenyalar que aquest estudi no hauria de ser un punt i final sinó un primer pas per a impulsar l'anàlisi científica de la recerca en comunicació. Aquest tipus de recerques són importants per dos motius: per una banda, l'aproximació històrica no és la més habitual en aquestes anàlisis; per l'altra, l'anàlisi bibliomètrica convencional se sol limitar a elements formals o de productivitat, obviant l'objecte d'aquestes recerques. L'anàlisi temàtica no ha estat gaire habitual en aquest procés i s'ha limitat als estudis d'autoritat, prescindint de criteris estrictament científics com els que intenta oferir aquest treball. Això sí, s'haurien de corregir els biaixos ja assenyalats, introduir elements qualitius que permetessin, per exemple, l'estudi dels col·legis invisibles de la nostra comunitat científica i, addicionalment, s'hauria d'ampliar la selecció de títols analitzats i de publicacions en general, incloent els llibres, les tesis doctorals o les actes de congressos.

Agraïments

Aquesta recerca es va dur a terme gràcies a la borsa d'estudi Ramon d'Alòs-Moner, atorgada a l'autor per l'Institut d'Estudis Catalans per a desenvolupar entre 2010 i 2011 el projecte *Vint anys de recerca en comunicació a Catalunya. Anàlisi temàtica de les revistes de la Societat Catalana de Comunicació (1989-2009)*. L'autor vol agrair l'ajut de Montse Bonet i Maria Corominas en la localització de referències bibliogràfiques. Amadeu Pons i Laia Bonet han estat també de gran ajut resolent dubtes sobre tesaurus i sistemes de classificació. Maria Corominas, a més, va actuar com a tutora d'aquesta recerca per part de l'Institut d'Estudis Catalans. 

Bibliografia

- BERRIO, J. (dir.) (1997). *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.
- (1998). «La recerca sobre comunicació social a Catalunya: assaig de realització d'un panorama comprensiu». *Anàlisi* (Bellaterra), núm. 22, p. 47-59.
- CASASÚ I GURI, J. M. (coord.) (2005). *Reports de la recerca a Catalunya: Comunicació i informació 1996-2002*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. També disponible en línia a: <http://www.iecat.net/recerca/reports/Publicats2Edicio/Rep_24_ComunInf96-02.pdf> [Consulta: 26 octubre 2010].
- CIVIL I SERRA, M. (2011). «La recerca en comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió». A: MORAGAS I SPÀ, M.; CIVIL I SERRA, M.; FERNÁNDEZ ALONSO, I.; BLASCO GIL, J. J.; LÓPEZ, B. (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. (Lexikon Informes; 2), p. 387-403.
- FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2011a). «Aproximació bibliomètrica a la recerca catalana en comunicació (2007-2009)». *Bid: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació* (en línia) [Barcelona], núm. 26. <<http://www.ub.edu/bid/26/fernandez1.htm>> [Consulta: 2 juliol 2011].
- (2011b). «De los investigadores a las redes: una aproximación tipológica a la autoría en las revistas españolas de comunicación». A: *Actas del 1er Congreso Nacional de Metodología de la Investigación en Comunicación*. Fuenlabrada: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. També disponible en línia a: <http://www.fernandez-quijada.net/docs/proceedings/2011_aeic.pdf> [Consulta: 4 novembre 2011].
- FIGUERES I ARTIGUES, J. M. (1994). «Presentació». *Gazeta* [Barcelona], núm. 1, p. 9-10.
- GIFREU, J. (1988). *Mass communications research in Catalonia*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- (1989). «La investigació de la comunicació a Catalunya: assaig de periodització». *Anàlisi* (Bellaterra), núm. 12, p. 9-65.
- (1990). «La recerca en comunicació social». A: *La recerca científica i tecnològica a Catalunya*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans: Comissió Interdepartamental de Recerca i Innovació Tecnològica, p. 289-295.
- GINER, S. (1997). *Reports de la recerca a Catalunya: Les ciències socials: antropologia, ciència política, comunicació i sociologia*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. També disponible en línia a: <http://www.iec.cat/gc/digitalAssets/1149_8668_1115640292816_csocials.pdf> [Consulta: 3 novembre 2010].
- GUILLAMET I LLOVERAS, J. (1991). «Presentació de la revista de la SCC». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 1, p. 7.
- JONES, D. E. (1990). «El Centre d'Investigació de la Comunicació de Catalunya». *Telos* (Madrid), núm. 23, p. 156-157.
- (1991). «Els mitjans de comunicació, objectiu principal d'anàlisi de la investigació a Catalunya». *Capçalera* [Barcelona], núm. 26, p. 24-25.
- (1992a). «Dues dècades de recerca en comunicació: ciències de la informació ha fet possibles 70 tesis doctorals i 85 de llicenciatura». *Capçalera* [Barcelona], núm. 32, p. 21-23.
- (1992b). «Instituciones que estudian la comunicación en Cataluña». *Telos* (Madrid), núm. 30, p. 149-151.
- (coord.) (1993). *Bibliografía sobre comunicació social: vint anys de recerca a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (1972-1992)*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- (1995a). «Creixement de la recerca catalana en comunicació als anys noranta». *Capçalera* [Barcelona], núm. 64, p. 42-44.
- (coord.) (1995b). *Directori espanyol d'investigació en comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- (coord.) (1997). *Bibliografía catalana de la comunicació: 1796-1996*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. [Disquet]
- (1998). «CEDIC: una dècada de recerca en comunicació des de Catalunya». *Anàlisi* (Bellaterra), núm. 22, p. 15-31.
- (2000). «Investigació sobre comunicació a Catalunya als anys noranta». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 13-14, p. 41-55.
- JONES, D. E.; BARÓ I QUERALT, J. (1997). «Tesis doctorals i treballs de recerca universitaris sobre comunicació als Països Catalans, 1954-1996». *Anàlisi* (Bellaterra), núm. 20, p. 157-187.

DUES DÈCADES DE COMUNICACIÓ CIENTÍFICA: ANÀLISI BIBLIOMÈTRICA

- LARRÈGOLA, G. (2000). «La tasca universitària. El saber d'un departament. Detalls de l'estat de la recerca al Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat de la UAB». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 13-14, p. 57-63.
- MARTÍ I MARTÍ, J. M. (1998). «Presentació». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 10, p. 7-8.
- MASIP, P. (1998). *La recerca i el consum informatiu en comunicació: una aproximació bibliomètrica*. Treball de recerca de doctorat. Barcelona: Universitat Ramon Llull. Facultat de Comunicació Blanquerna.
- MASIP, P.; FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (2011). «Mapping communication research in Catalonia: a comparative analysis of publication patterns in scholarly journals (2007-09)». *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies* [Bristol, Regne Unit], vol. 3, núm. 1, p. 95-108.
- MORAGAS I SPÀ, M. (1980). «Les revistes especialitzades de comunicació: una perspectiva per a situar *Anàlisi*». *Anàlisi* [Bellaterra], núm. 1, p. 7-15.
- (1998). «Canvis en la comunicació. Canvis en la recerca sobre comunicació». *Anàlisi* [Bellaterra], núm. 22, p. 33-39.
- MORAGAS I SPÀ, M.; CIVIL I SERRA, M.; REGUERO I JIMÉNEZ, N.; SEDÓ, R. G. (2007). «La recerca i els estudis sobre comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió (2005 i 2006)». A: MORAGAS I SPÀ, M.; FERNÁNDEZ ALONSO, I.; BLASCO GIL, J. J.; GUIMERA I ORTS, J. A.; CORBELLA CORDOMÍ, J. M.; CIVIL I SERRA, M.; GIBERT I FORTUNY, O. (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*. Bellaterra: Edicions UAB, p. 317-347.
- (2009). «La recerca i els estudis sobre comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió (2007 i 2008)». A: MORAGAS I SPÀ, M.; FERNÁNDEZ ALONSO, I.; ALMIRON, N.; BLASCO GIL, J. J.; CORBELLA CORDOMÍ, J. M.; CIVIL I SERRA, M.; GIBERT I FORTUNY, O. (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. (Lexikon Informes; 1), p. 355-400.
- «Presentació» (1989). *Periodística*, núm. 1, p. 5-7.
- ROMAGUERA I RAMIÓ, J. (1991a). «Introducció». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 1, p. 9-10.
- (1991b). «El cinematògraf». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 1, p. 33.
- (1992). «Cinematògraf, segona època». *Cinematògraf* [Barcelona], núm. 1, p. 13-14.
- (ed.) (1997). *Societat Catalana de Comunicació. Història, estatuts i directori 1984-1996*. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació.
- RUIZ-COLLANTES, X. (2000). «La tasca universitària: informe del Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual (Universitat Pompeu Fabra)». *Treballs de Comunicació* [Barcelona], núm. 13-14, p. 65-79.
- SORIANO, J. (2008). «El efecto ANECA». A: *Actas y memoria final. Congreso Internacional Fundacional AE-IC*. Santiago de Compostel·la: Asociación Española de Investigación de la Comunicación. (ICD-ROM)