

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS
REPORTS DE LA RECERCA A CATALUNYA
2003-2009
Comunicació

Report elaborat per Josep M. Casasús (director), Lluís Codina i Ricard Monistrol

Aquest estudi ha comptat amb el suport i la col·laboració de la Generalitat de Catalunya, i ha estat realitzat sota la direcció i cura de la Secretaria Científica i de l'Observatori de la Recerca de l'IEC.

© 2014, Institut d'Estudis Catalans
Carrer del Carme, 47. 08001 Barcelona

Primera edició: octubre del 2014

Text revisat lingüísticament per la Unitat de Correcció del Servei Editorial de l'IEC

ISBN: 978-84-9965-201-6

DOI: 10.2436/15.0110.16.21



Aquesta obra és d'ús lliure, però està sotmesa a les condicions de la llicència pública de *Creative Commons*. Es pot reproduir, distribuir i comunicar l'obra sempre que se'n reconegui l'autoria i l'entitat que la publica i no se'n faci un ús comercial ni cap obra derivada. Es pot trobar una còpia completa dels termes d'aquesta llicència a l'adreça: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>.

Sumari

Abreviacions	4
Resum	6
1. INTRODUCCIÓ	7
1.1. Publicació en revistes indexades	9
1.2. Altres indicadors	11
2. RECURSOS: ENTITATS, RECURSOS HUMANS I PROJECTES	12
2.1. Entitats	12
2.2. Recursos humans	17
2.3. Projectes de recerca	24
2.3.1. Projectes del Pla Nacional de R+D+I	25
2.3.2. Ajuts de la Generalitat de Catalunya	28
2.3.3. Convenis	29
3. RESULTATS DE LA RECERCA	37
3.1. Articles en bases de dades internacionals	38
3.2. Publicacions catalanes en comunicació	47
3.3. Tesis doctorals	54
4. CONCLUSIONS	54
FONTS CONSULTADES	57
LLOCS WEB CONSULTATS	59

Abreviacions

ANSOAP	Anàlisi Social Aplicada
BM-CI	Barcelona Media - Centre d'Innovació
CAC	Consell de l'Audiovisual de Catalunya
CARHUS Plus+	<i>Classificació de les Revistes Científiques dels Àmbits de les Ciències Socials i Humanitats</i>
CERCA	Centres de Recerca de Catalunya
CIEN	Comunicació intercultural i estratègies de negociació
CINEMA col.	Col·lectiu d'Investigació Estètica dels Mitjans Audiovisuals col·laborador
COMPETECS	Competències, tecnologia, educació i societat
CSIC	Consell Superior d'Investigacions Científiques
CU	catedràtic/a d'universitat
FCONGD	Federació Catalana d'ONG per al Desenvolupament
FI	factor d'impacte
GRISS	Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi
GRP	Grup de Recerca en Periodisme
GTI	Grup de Recerca de Tecnologies Interactives
i2CAT	Internet i innovació digital a Catalunya
InCom	Institut de la Comunicació
ICREA	Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats
ICUB	Institut de Cultura de Barcelona
IEC	Institut d'Estudis Catalans
IN3	Internet Interdisciplinary Institute
IN-RECS	<i>Índice de impacto de las revistas españolas de ciencias sociales</i>
ISI	Institute for Scientific Information
ISOC	<i>Ciencias sociales y humanidades</i>
I-VIU	Grup d'Estudis Mètrics sobre el Valor i l'Ús de la Informació
KIMO	Gestió de la informació i del coneixement a les organitzacions
LiP	Llengua i publicitat
LMI	Laboratori de Mitjans Interactius
MERIDIÀ	<i>Mesurament de la Recerca, el Desenvolupament i la Innovació</i>
MIGRACOM	Observatori i Grup de Recerca en Migració i Comunicació
MTG	Grup de Recerca en Tecnologia Musical
n. d.	no disponible
PAC	Parc Audiovisual de Catalunya
PDI	personal docent i investigador
PIB	producte interior brut
PUBLIRADIO	Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica
R+D+I	recerca científica, desenvolupament i innovació tecnològica
RACO	<i>Revistes Catalanes amb Accés Obert</i>
TECCIP	Tecnologia, comunicació, ciutadania i participació
TEU	professor/a titular d'escola universitària
TU	professor/a titular d'universitat
UAB	Universitat Autònoma de Barcelona
UAO CEU	Universitat Abat Oliba CEU
UB	Universitat de Barcelona
UdG	Universitat de Girona

UdL	Universitat de Lleida
UIC	Universitat Internacional de Catalunya
ULL	Universitat de La Laguna
UNICA	Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual
UOC	Universitat Oberta de Catalunya
UPF	Universitat Pompeu Fabra
URL	Universitat Ramon Llull
URV	Universitat Rovira i Virgili
UVic	Universitat de Vic
WoK	<i>Web of Knowledge</i>

Resum

Aquest report presenta l'activitat de recerca en comunicació duta a terme en el període 2003-2009, tant dels diversos àmbits teòrics com dels diferents sectors de la comunicació social. Com a principal conclusió, es fa evident una millora progressiva dels resultats de la recerca en aquest àmbit a Catalunya en les principals dimensions d'anàlisi: en la publicació de revistes indexades en bases de dades internacionals, en la producció de tesis doctorals, en grups de recerca reconeguts i en projectes competitius. El report també recull dades d'entitats on es du a terme la recerca en comunicació a Catalunya, de recursos humans i de diverses línies de finançament de projectes. Es descriu breument la metodologia seguida per a la compilació d'articles en bases de dades internacionals i, finalment, es detallen els punts forts i els punts febles de la producció científica en aquest àmbit.

1. INTRODUCCIÓ

A continuació es presenta un estat de la qüestió sobre el que ha estat la recerca en comunicació en el període 2003-2009. Què se suposa que hem d'entendre per *comunicació* com a camp de recerca no és d'entrada una qüestió evident. Per això, va ser una de les primeres qüestions que es va delimitar en el primer d'aquests reports. Aleshores es va decidir que una forma possible de representar-lo consistia a fer una enumeració dels seus àmbits teòrics i dels seus sectors socials i econòmics. En les taules 1a i 1b s'expressen aquestes idees.

TAULA 1a
Àmbits teòrics de la recerca en comunicació

<i>N.</i>	<i>Denominació</i>
01	Anàlisi de continguts
02	Didàctica de la comunicació
03	Disseny audiovisual
04	Disseny gràfic
05	Documentació periodística
06	Dret de la comunicació
07	Economia de la comunicació
08	Estructura de la comunicació
09	Ètica i deontologia de la comunicació
10	Història de la comunicació
11	Periodística
12	Polítiques de comunicació
13	Psicologia de la comunicació
14	Semiòtica
15	Sociologia de la comunicació i estudis de gènere
16	Tecnologies de la informació (usos socials)
17	Teoria de la comunicació

TAULA 1b
Sectors de la comunicació social

<i>N.</i>	<i>Denominació</i>
01	Cinema
02	Editorial
03	Fonografia
04	Internet
05	Multimèdia
06	Premsa
07	Publicitat
08	Ràdio
09	Relacions públiques
10	Telecomunicacions
11	Televisió
12	Videografia

Un cop delimitat l'abast de l'estudi, volem recordar una distinció que no semblarà estranya al lector d'aquest report: una cosa és la informació i una altra la seva interpretació. Les dades, en el millor dels casos, són unívokes: per exemple, l'afirmació de què en el període X el nombre de persones que formaven part del personal docent i investigador de les universitats catalanes era igual a N , mentre que en el període Z era M . Aquesta és la informació, i amb una mica de sort, és acurada (donant per vàlida la font). A partir d'aquí vénen les interpretacions. En aquest informe ens hem centrat en fonts que considerem acurades (se citen en cada cas en les taules corresponents), i després hem procurat aportar les nostres interpretacions.

Com és lògic, hem procurat que les nostres interpretacions estiguin fonamentades; esperem i desitgem que siguin raonables, i, en tot cas, creiem que són part de les que es poden derivar en cada cas de manera raonable de les dades (segurament n'hi ha moltes d'altres).

En aquest sentit, i avançant algunes interpretacions que esperem que es puguin apreciar en els apartats següents, entenem que si hi hagut alguna tendència clara en el període considerat en aquest report, és la millora progressiva i molt notable en els resultats de la recerca en comunicació a Catalunya.

Tanmateix, és cert que es partia d'una situació prèvia tan poc òptima que el marge de millora era realment ampli. Sigui com sigui, el cert és que aquesta millora s'ha produït almenys en aquests aspectes:

1. Publicació en revistes indexades en bases de dades internacionals
2. Producció de tesis doctorals
3. Grups de recerca reconeguts
4. Projectes competitius.

En els apartats següents es presenten les dades de manera més detallada, per la qual cosa aquí únicament presentem una visió ràpida de cadascun dels aspectes anteriors. Pel seu interès i importància intrínsecs, destaquem el possible significat del primer dels aspectes.

1.1. Publicació en revistes indexades

Com és sabut, un dels indicadors científics més utilitzats des de fa dècades és el nombre d'ítems científics (principalment, articles de revista i comunicacions en congressos) publicats en revistes o actes que, a la vegada, estan indexats en bases de dades nacionals i internacionals.

Sembla convenient recordar que la racionalitat d'aquest indicador és la següent: des del moment que les principals bases de dades únicament seleccionen les revistes i els congressos que responen a uns criteris (de vegades força exigents) de qualitat, la presència en aquestes bases de dades és, a la vegada, un indicador de qualitat.

Malgrat tot, en el camp de la recerca en comunicació, tant a l'Estat espanyol com a Catalunya, aquesta idea ha estat assumida fa relativament poc temps pels investigadors, com ho demostra la baixa presència tradicional de publicacions de comunicació en aquestes bases de dades.

El motiu segurament ha estat la vinculació més propera, en moltes ocasions, de l'activitat acadèmica en comunicació al camp del pensament, l'assaig i, fins i tot, a l'àmbit de les humanitats, que no pas al de les ciències socials.

Malgrat tot, si alguna cosa demostren les dades que es veuran en els apartats següents, és que s'està produint una derivació segurament definitiva cap al que podríem considerar una «normalització» de l'activitat científica en comunicació. En particular, si entenem per «normalització» una tendència creixent a publicar resultats de recerca en revistes indexades en bases de dades internacionals.

Com es veurà més endavant, aquest indicador ha experimentat un notable augment tant a l'Estat espanyol com, sobretot, a Catalunya. La raó d'aquest canvi, sens

dubte, ha estat una penetració molt més gran, tant a les ciències socials com a les humanitats, del que podríem anomenar la *cultura de la ciència avaluada*, segons la qual únicament es considera una contribució científica si aquesta ha estat avaluada d'una manera determinada, la qual moltes vegades ho és també competitivament, de manera que l'obtenció d'un aval significa superar uns competidors pels mateixos recursos, ja sigui el simple reconeixement, una determinada dotació econòmica, o tots dos.

Aquesta és una cultura que, a la vegada, té un doble origen: el camp de les ciències experimentals i la manera anglosaxona d'interpretar l'activitat científica.

Com és sabut, a poc a poc, s'ha anat estenent aquesta pressió a totes les branques del món acadèmic i a la major part dels països del món, a la qual Catalunya no ha estat aliena: tota ciència, o tota contribució científica, en primer lloc, ha de ser avaluada, i en segon lloc, ha de tenir abast internacional.

La primera part, pel que fa a les publicacions, s'assoleix mitjançant la idea de què únicament es consideren publicacions científiques aquelles que es publiquen en revistes que practiquen una avaluació dels treballs, no tant per part del cos editorial de la revista, sinó per experts del mateix camp dels autors de l'article i que sempre han de ser externs al cos editorial. Aquest és el nucli de l'anomenat *sistema d'avaluació d'experts* (o *peer review system*, en anglès).

La segona part s'assoleix precisament a través de les bases de dades d'abast internacional, que són les que tenen la capacitat de connectar investigadors de tot el món amb autors de tot el món. És, precisament, el fet que un article es publiqui en una revista indexada en una base de dades el que posa les bases per tal que aquesta contribució pugui ser trobada o descoberta per investigadors de qualsevol lloc del món. Òbviament, la internacionalització s'aconsegueix de manera molt més completa si el treball en qüestió es publica en llengua anglesa.

1.2. *Altres indicadors*

Hem mencionat tres grups de dades que també han tingut un notable increment, a saber: la producció de tesis doctorals, el nombre de grups de recerca reconeguts i el nombre i la dimensió econòmica dels projectes de recerca competitius.

La lògica que segueixen aquests indicadors és molt similar a la que hem exposat en l'apartat precedent. En tots tres casos estem davant del que hem anomenat *ciència avaluada*, que podríem dir-ne també *ciència normalitzada*, atès el gran reconeixement que aquesta modalitat de ciència obté a tot el món.

Pel que fa a les tesis doctorals, els departaments de comunicació no han deixat d'evolucionar cap a una forma cada cop més exigent de superació dels treballs de recerca que donen dret al títol de doctor, principalment cap a la forma de processos molt regulats en un doble sentit: no és suficient el títol de doctor per poder dirigir tesis, ni es poden presentar tesis a la seva defensa sense superar uns determinats filtres i controls de qualitat. Aquests criteris no han deixat d'incrementar-se en aspectes qualitius, i no tant quantitius, abandonant progressivament la idea que una tesi havia de ser, necessàriament, un treball de molts i molts centenars de pàgines, fruit potser de tota una vida d'estudi i dedicació. Per contra, cada cop més es considera un criteri de qualitat que la tesi es completi en un temps determinat i que presenti indicadors de qualitat, de vegades amb informes externs o un dossier de publicacions prèvies, sota la forma de l'anomenat *treball en curs* (*work in progress*).

Finalment, si un grup obté un reconeixement o li és concedit un projecte de recerca, això implica que el grup ha aconseguit un tipus d'ajut competitiu. És a dir, que no ha estat fruit d'una decisió administrativa, ni d'una contractació amb una empresa, sinó que el grup reconegut o el grup que ha obtingut l'ajut ha hagut de competir amb altres grups a través, un cop més, d'un procés d'avaluació en què també ha intervingut la figura dels *peers*, o experts externs a l'organisme que convoca el reconeixement o l'ajut per a projectes.

Com hem avançat, en aquests tres àmbits també podem assenyalar que la ciència de la comunicació a Catalunya ha entrat, esperem que de manera irreversible, en el que podríem anomenar una *ciència normal*.

Finalment, en aquesta introducció volem agrair la col·laboració a totes les persones que ens han fet suggeriments i propostes de correcció. Alguns no els hem pogut incorporar per les delimitacions marcades en les taules 1a i 1b, com ara la

interessantíssima proposta de considerar part d'aquest informe les publicacions del camp de la documentació. No obstant això, per la necessitat d'establir alguns límits, ja des del primer report es va considerar que únicament la documentació periodística podria formar-ne part. Un altre grup de comentaris s'ha referit als projectes de recerca. En alguns casos tampoc no els hem pogut considerar per una raó similar: per la necessitat d'establir límits, hem considerat únicament els projectes competitius finançats, així com els convenis amb institucions singulars en l'àmbit de la comunicació (es detalla tot en les pàgines següents). Un últim grup de suggeriments s'ha referit a les dades obtingudes en l'explotació de la informació de la base de dades de l'Institute for Scientific Information (ISI). A fi de garantir-ne els resultats, hem repetit el sistema d'anàlisi aplicant una doble metodologia: hem consultat per noms d'universitats i per àrees geogràfiques, i després hem revisat tots els resultats de cada any i els hem contrastat amb la llista de publicacions que el mateix ISI considera de l'àmbit de la comunicació. El resultat d'aquesta doble metodologia és el que recullen les taules corresponents.

2. RECURSOS: ENTITATS, RECURSOS HUMANS I PROJECTES

2.1. Entitats

En aquest apartat recollim les dades de les entitats dins les quals es du a terme la recerca en comunicació a Catalunya. Probablement, és la infraestructura més important de la recerca, ja que una de les característiques del pas al que hem anomenat la *ciència normal* implica que cada cop més la recerca es dugui a terme en el si d'un grup i no tant de manera individual com en el sistema anterior, situació en la que predominava el treball d'assaig o pensament, molt més propici al treball individual.

Òbviament, una àrea de coneixement prou avançada necessita les dues classes de treballs: articles o comunicacions fruit de recerques avaluades, i obres de pensament; però és la primera classe de producció la que, d'acord amb el consens més ampli, es considera l'indicador més característic de la producció científica com a tal. Mai no insistirem prou, no obstant això, en la importància capital i el paper irremplaçable que

sempre tindrà l'obra de pensament per a l'avançament en l'àmbit de les disciplines tan vinculades amb les humanitats com és el cas de la comunicació.

En tot cas, pel que fa a la dimensió que considerem ara, podem veure que, en la data de preparació d'aquest report, s'han pogut identificar a Catalunya un total de 31 grups de recerca que han obtingut algun tipus de reconeixement (grup reconegut o emergent) per part de la Generalitat de Catalunya.

D'acord amb aquestes dades, el sector amb més grups reconeguts és la comunicació audiovisual, mentre que el centre amb un nombre de grups més elevat és la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), amb 8 grups. A continuació la segueixen la Universitat Pompeu Fabra (UPF), amb 7; la de Barcelona (UB) i la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), amb 4 grups cadascuna, i la Ramon Llull (URL), la Rovira i Virgili (URV) i la de Vic (UVic), amb 1 grup cadascuna. Finalment, es pot veure que hi ha també dos grups d'organismes de la Generalitat de Catalunya i un grup que és part d'una fundació pública (xarxa TECNIO).

D'altra banda, pel que fa a la tipologia de grups, la més nombrosa (amb 17) és la que correspon als grups de recerca reconeguts. Això implica grups amb una bona massa crítica d'investigadors amb un bon historial de recerca.

D'aquells grups dels quals s'ha pogut obtenir l'any de creació, la major part (10) han estat creats a partir de l'any 2001. Si considerem que en el report anterior, publicat l'any 2005, es podien identificar únicament 15 grups de recerca amb algun grau de reconeixement, podem concloure que amb una massa crítica no gaire més gran de professorat amb capacitat de fer recerca, com podrem veure a continuació (taula 2.1), en canvi, han augmentat molt els grups de recerca reconeguts.

Com podrem veure després també en l'apartat de publicacions, això significa que el professorat del nostre sistema universitari ha dut a terme un esforç, en aquest cas, d'enquadrament de les seves activitats de recerca en unitats més grans (els grups de recerca), i, per tant, amb més capacitat col·laboradora en el camí cap a això que en aquest report estem identificant com a ciència normal. Dit d'una altra manera: amb recursos humans incrementats, però no sensiblement, s'estan produint molts més resultats i d'una manera més ajustada al consens del que representen les bones pràctiques en l'àmbit de la recerca.

TAULA 2.1
Entitats públiques i privades de recerca en comunicació

N.	Entitat	Any de creació	Classe	Línies de recerca	Afiliació
01	Barcelona Media - Centre d'Innovació (BM-CI)	2007	Centre tecnològic avançat (xarxa TECNIO)	Sector audiovisual	Fundació pública
02	Col·lectiu d'Investigació Estètica dels Mitjans Audiovisuals (CINEMA)	2003	Grup de recerca reconegut	Comunicació audiovisual	UPF
03	Competències, tecnologia, educació i societat (COMPETECS)	2004	Grup de recerca emergent	Estudi de les competències en la formació	UdL
04	Cultura i continguts digitals: aspectes documentals, polítics i econòmics	n. d.	Grup de recerca reconegut	Estudis interdisciplinaris dels continguts digitals	UB
05	Comunicació intercultural i estratègies de negociació (CIEN)	2001	Grup de recerca reconegut	Usos lingüístics bilingües i multilingües i sociolingüística crítica	UAB
06	Gestió de la informació i del coneixement a les organitzacions (KIMO)	n. d.	Grup de recerca reconegut	Gestió del coneixement en diversos àmbits	Internet Interdisciplinary Institute (IN3,UOC)
07	Grup de Recerca en Comunicació ASTERISC	2005	Grup de recerca reconegut	Mitjans de comunicació, estudis culturals i comunicació de risc	URV
08	Grup de Recerca en Estratègia i Creativitat Publicitàries	n. d.	Grup de recerca emergent	Publicitat	URL
09	Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi (GRISS)	1980	Grup de recerca reconegut	Comunicació audiovisual	UAB
10	Grup de Recerca en Periodisme (GRP)	2004	Grup de recerca reconegut	Periodisme	UPF

11	Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica (PUBLIRADIO)	n. d.	Grup de recerca reconegut	Publicitat i comunicació empresarial	UAB
12	Grup de Recerca en Tecnologia Musical (MTG)	1994	Centre tecnològic avançat (xarxa TECNIO)	Sector audiovisual	UPF
13	Grup de Recerca en Educació i TIC (Edu@b)	n. d.	Grup de recerca emergent	Tecnologies de la informació i la comunicació i educació (<i>e-learning</i>)	UOC
14	Grup de Recerca de Tecnologies Interactives (GTI)	2009	Centre tecnològic avançat (xarxa TECNIO)	Sector audiovisual	UPF
15	Grup d'Estudis Mètrics sobre el Valor i l'Ús de la Informació (I-VIU)	2004	Grup de recerca reconegut	Estudis mètrics i estadístics d'informació	UB
16	Grup d'Estudis de Gènere: Traducció, Literatura, Història i Comunicació	1999	Grup de recerca reconegut	Gènere i anàlisi del discurs	UVic
17	Gabinet de Comunicació i Educació	1994	Grup de recerca reconegut	Educació i comunicació	UAB
18	Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura	2001	Grup de recerca reconegut	Portal d'estudis de comunicació	UAB
19	Llengua i publicitat (LiP)	1998	Grup de recerca reconegut	Publicitat	UB
20	Llengua, cultura i identitat en l'era global	n. d.	Grup de recerca emergent	Lingüística i cultura de la Catalunya contemporània	UOC
21	Grup Mediaccions	n. d.	Grup de recerca emergent	Estudi sociocultural d'Internet, tecnologies digitals i nous mitjans	UOC

22	Grup TRANSMEDIA	2004	Grup de recerca reconegut	Traducció audiovisual i accessibilitat audiovisual	UAB
23	InCom	1997	Institut universitari	Ciències de la comunicació	UAB
24	Institut Universitari de Lingüística Aplicada (IULA)	1995	Institut universitari de recerca	Grup DigiDoc (2003-2007)	UPF
25	Internet i innovació digital a Catalunya (i2CAT)	1999	Centre de recerca de Catalunya (CERCA)	Sector audiovisual	Generalitat de Catalunya
26	Laboratori de Mitjans Interactius (LMI)	1998	Grup de recerca reconegut	Educació i comunicació	UB
27	Observatori de la Comunicació Científica	1994	Grup de recerca i estudis (conveni)	Comunicació científica	UPF
28	Observatori i Grup de Recerca en Migració i Comunicació (MIGRACOM)	1995	Grup de recerca reconegut	Migració i comunicació	UAB
29	Parc Audiovisual de Catalunya (PAC)	2006	Parc científic i tecnològic	Sector audiovisual	Generalitat de Catalunya i Ajuntament de Terrassa
30	Societat Catalana de Comunicació	1986	Filial de l'IEC	Ciències de la comunicació	IEC
31	Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual (UNICA)	1997	Grup de recerca reconegut	Comunicació audiovisual	UPF

Font: Elaboració pròpia amb dades de MERIDIÀ (Observatori de Recerca de l'IEC), *Unitats d'R+D+I a Catalunya* (Generalitat de Catalunya) i dels llocs web respectius dels centres i grups de recerca.

Nota: n. d. = no disponible. La numeració no és significativa, sinó que es tracta d'una ordenació alfabètica.

2.2. Recursos humans

En el moment de considerar les dades corresponents als recursos humans, no hi ha dubte que l'apartat més significatiu és el nombre de persones contractades en el si del sistema universitari de Catalunya en la categoria de personal docent i investigador (PDI).

És una categoria molt àmplia, certament, ja que comprèn des del personal investigador en formació (com a professors ajudants i professors lectors) fins als catedràtics i diverses categories de professors sèniors, passant pels professors associats. En tot cas, el PDI forma la massa crítica dels investigadors en comunicació, i del seu nombre i capacitat és evident que en dependrà el gruix de la recerca.

Si observem les dades agregades de la taula 2.2, podem detectar-hi un fort augment del PDI en el període considerat: ha passat d'un total de 271 PDI, en el curs 2002-2003, a un total de 373 PDI, en el curs 2008-2009, és a dir, un increment de 102 professors. És un increment notabilíssim. La raó, òbviament, ha estat el gran desplegament de noves titulacions en les diverses universitats catalanes amb oferta de formació en comunicació social (principalment, graus en publicitat, periodisme i comunicació audiovisual) en aquest període.

Ara bé, com argumentarem a continuació, aquesta no és una dada gaire significativa a efectes de la recerca, ja que l'augment principal (65) va correspondre als professors associats. Com és sabut, al sistema universitari de l'Estat espanyol hi ha una categoria que dificulta l'anàlisi quan tractem de la recerca. Es tracta de la figura precisament del professor associat, justament la que ha experimentat l'augment més important. En teoria, es tracta d'un tipus de professorat que en principi ho és a temps parcials, però hi ha excepcions, i en principi, no té responsabilitats de recerca, però de nou és sabut que hi ha excepcions.

En tot cas, com estem veient, és, amb molta diferència, el tipus de contracte més nombrós, i notablement a les tres universitats de més pes demogràfic del sistema català (UB, UAB i UPF). Això es podria justificar en part pel fet que les titulacions universitàries de comunicació estan fortament vinculades a professions, més que a un àmbit del coneixement.

En tot cas, i malgrat l'advertiment que hem fet en relació amb la seva vinculació *de facto* a la recerca, no deixa de ser un problema des del punt de vista de la productivitat científica el fet que el gruix del PDI d'una àrea de coneixement estigui

format per professorat amb dedicació parcial, per una banda, i sense vinculació formal o explícita a la recerca bàsica, per l'altra, com és el cas dels professors associats.

En aquest sentit, la dada més significativa sobre el PDI a l'efecte de la recerca la proporciona la suma dels PDI dels tipus agregat, titular d'universitat (TU) i catedràtic d'universitat (CU). La raó és que aquestes tres figures apleguen els contractes de professorat sènior amb plena capacitat teòrica per a la recerca.

Aleshores, una anàlisi de les dades diu que l'increment total de professorat pel que fa a la categoria TU, que ha passat d'un total de 58, en el curs 2002-2003, a un total de 65, en el curs 2008-2009, va ser de 7 professors. A aquest nombre, se li han de sumar 4 professors més d'increment en la categoria d'agregats (equivalents a TU). En el cas dels CU, no hi va haver cap increment (19 en els dos períodes comparats). Per tant, podem considerar que l'increment de capital humà significatiu a efectes de recerca ha estat d'un total d'11 professors (sempre comparant el curs 2002-2003 amb el curs 2008-2009), molt per sota de l'increment aparent total si atenem les dades agregades.

En tot cas, podem veure en la taula 2.2 que les universitats amb un nombre més alt de recursos humans en termes absoluts (sense discriminar per categories, i sense considerar-ne l'evolució en el temps) són la UAB i la UPF, cosa que després veurem que té una clara repercussió en l'obtenció de projectes competitius.

TAULA 2.2
Evolució del PDI, per universitats, àrees de coneixement i categories

Universitat	Àrea de coneixement	Categoria	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009
UdG	Comunicació audiovisual i publicitat	Agregat							2
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Agregat							1
UAB	Periodisme	Agregat					1	1	1
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Altres	1		1	1	4		
UdG	Comunicació audiovisual i publicitat	Altres				1	1	1	1
UPF	Periodisme	Altres		1			3		
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat	44	47	46	63	67	84	98
UAB	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat	60	46	50	51	63	66	57
UdL	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat		4	5	5	10	9	10
UdG	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat				1	5	8	11
URV	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat	5	4	3	3	3	3	2
UB	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat	1	2	1	1			
UPF	Periodisme	Associat	43	40	42	42	41	38	38
UAB	Periodisme	Associat	31	32	31	33	29	34	36
URV	Periodisme	Associat	2	2	2	2	1	1	1

UdL	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat mèdic				1			
UdL	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat substituït			3	2		2	
UB	Comunicació audiovisual i publicitat	Associat substituït	2	1	1				
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Col. permanent					1		3
UB	Comunicació audiovisual i publicitat	Col. temporal					1	1	1
UdG	Comunicació audiovisual i publicitat	Col. permanent						1	1
UPF	Periodisme	Col. permanent							2
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Col. temporal				1	4	5	2
UAB	Comunicació audiovisual i publicitat	Col. temporal		2	2	2	2		
UPF	Periodisme	Col. temporal				2	4	5	1
UAB	Comunicació audiovisual i publicitat	CU	5	4	3	3	3	4	4
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	CU	1	1	1	1	1	2	2
UAB	Periodisme	CU	8	7	7	8	7	10	9
UPF	Periodisme	CU	5	4	4	4	5	5	4
UAB	Comunicació audiovisual i publicitat	Emèrit		1	1	2	3	2	2

UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Emèrit		1	1	1	1	2	2
UAB	Periodisme	Emèrit	2	2	2	1	1	2	1
UPF	Periodisme	Emèrit							1
UAB	Comunicació audiovisual i publicitat	Lector			3	4	4	5	5
UdL	Comunicació audiovisual i publicitat	Lector			1	1	1	1	1
UB	Comunicació audiovisual i publicitat	Lector				1	1	1	1
UdG	Comunicació audiovisual i publicitat	Lector				1	1	1	
UAB	Periodisme	Lector		1	2	2	3	5	5
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	No disponible				1	3	3	1
URV	Comunicació audiovisual i publicitat	TEU		1	1	1	1	1	1
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	TEU	1	2	1	1			
UB	Comunicació audiovisual i publicitat	TEU	1						
UPF	Periodisme	TEU	1						
UAB	Comunicació audiovisual i publicitat	TU	26	37	37	36	34	34	35
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	TU	8	7	6	6	6	4	8
UB	Comunicació audiovisual i publicitat	TU	2	3	3	3	3	3	2

URV	Comunicació audiovisual i publicitat	TU				1	1	1	2
UdL	Comunicació audiovisual i publicitat	TU		1	1	1	1		
UAB	Periodisme	TU	21	21	19	17	17	11	13
UPF	Periodisme	TU		2	2	2	2	2	3
URV	Periodisme	TU	1	2	2	2	1	1	2
UPF	Comunicació audiovisual i publicitat	Visitant						1	
UPF	Periodisme	Visitant							1

Font: Elaboració pròpia amb dades de la Secretaria d'Universitats i Recerca (Generalitat de Catalunya).

Nota: col. = col·laborador.

En la figura 1 podem apreciar l'evolució de les dades totals, però en aquest cas comparant únicament els dos extrems del període, és a dir, el curs 2002-2003, per una banda, i el curs 2008-2009, per l'altra, en quatre categories principals: associat, TU, CU i titular d'escola universitària (TEU, una categoria extingida actualment). El total del curs 2002-2003 va ser de 268 professors, enfront dels 338 professors del curs 2008-2009; per tant, hi va haver un increment de 70 professors en les categories considerades.

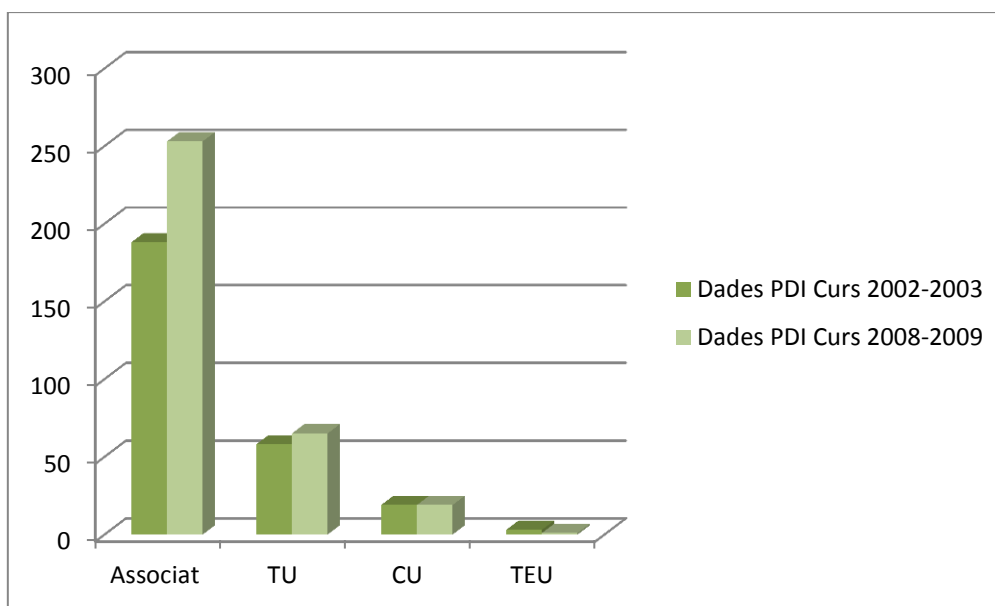


FIGURA 1. Evolució de quatre categories de PDI.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la taula 2.2.

Pel que fa a altres categories que també aporten recursos humans a la recerca, com són les beques predoctorals de formació del personal investigador, el resultat es pot considerar ajustat a les dimensions del nostre camp, ja que sumant totes les beques de les quals s'han obtingut dades per a aquest report (2006-2009), obtenim un total de 15 beques predoctorals. No obstant això, un aspecte a destacar és que fins al 2006 no es van aconseguir becaris de recerca. Recordem en aquest sentit que aquesta figura és també un indicador de l'èxit (o el fracàs) de projectes de recerca, ja que per aconseguir becaris en aquesta modalitat, cal haver obtingut prèviament un projecte competitiu.

En tot cas, la nostra àrea no ha tingut cap èxit ni amb les beques de la Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats (ICREA) ni amb les Ramón y Cajal, ja que no s'ha aconseguit incrementar recursos humans de recerca a través d'aquestes formes de captació de professorat en tot el període 2003-2009. Òbviament, aquest és un punt en el qual els departaments esmentats hauran de fer un esforç més gran en el futur.

També cal assenyalar que és una de les figures més difícils d'obtenir per aquesta via, i que també és una figura especialment difícil d'aconseguir en general en els departaments vinculats amb la comunicació, per la seva vinculació amb les humanitats, per una banda, i per la idea que en realitat és més un camp d'activitats professionals que una àrea pura de coneixement.

TAULA 2.3

Beques i ajuts predoctorals per a la formació de personal investigador, per àrees i anys

<i>Àrees</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>
Comunicació audiovisual i publicitat	0	0	0	0	4	2	3
Periodisme	0	0	0	4	2	0	0

Font: MERIDIA (Observatori de la Recerca de l'IEC).

2.3. Projectes de recerca

Per tal de poder presentar una panoràmica que, al mateix temps, suposi una visió evolutiva en aquest apartat, caldrà disposar de dades en relació, almenys, amb tres línies de finançament de projectes:

1. *Projectes del Pla Nacional de Recerca Científica, Desenvolupament i Innovació Tecnològica (R+D+I)*. Aquests projectes, típicament de tres anys de durada, són els més significatius des del punt de vista de la recerca bàsica, perquè constitueixen la principal font de finançament de l'activitat científica en el sistema universitari de l'Estat espanyol i, per tant, també en el sistema universitari de Catalunya. Al mateix temps, pel fet de ser competitiu, es consideren un dels millors indicadors de la capacitat de cada departament o unitat de recerca, i per tant, també expressen la capacitat conjunta per aconseguir recursos de recerca de les universitats catalanes. A més, aconseguir finançament per aquesta via aporta capacitat per acreditar tant la trajectòria de grups com la carrera acadèmica d'investigadors individuals.

2. *Ajuts de la Generalitat de Catalunya*. Tenen també un caràcter competitiu, i per tant, aconsegueixen una funció similar als anteriors. En el cas concret de la Generalitat de Catalunya, els ajuts estan adreçats a subvencionar les activitats dels grups de recerca reconeguts de manera global, i no tant en funció de projectes unitaris, com en el cas anterior.

3. *Convenis amb institucions*. Per tal d'establir límits abastables en aquest report, en aquest cas, ens hem centrat en els dos organismes de caràcter social més significatius en el camp de la recerca en comunicació: l'Institut d'Estudis Catalans (IEC) i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Tot i que no sempre els convenis són de tipus competitiu, sempre són projectes avaluats que necessiten a la vegada un currículum dels investigadors i un projecte adient per tal que siguin aprovats. En tot cas, és evident que els convenis són una via real molt important d'ajut a la recerca que es du a terme a Catalunya.

Abans de considerar aquestes tres línies de finançament, cal dir unes paraules sobre els projectes europeus. Tot i que sabem que en els últims anys hi ha hagut algun centre de recerca o departament de comunicació universitari que ha liderat projectes europeus, no hem pogut trobar-ne casos en el període considerat en aquest report, amb una única excepció. Es tracta d'un projecte europeu que va estar liderat per l'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB). Això ha generat algun dubte als autors d'aquest report en

el sentit de la pertinença d'incloure aquest projecte o no en el report. El dubte prové únicament del fet que en principi no és un centre de recerca. No obstant això, és evident que els projectes europeus són d'una gran importància i prestigi. Per aquesta raó, hem considerat finalment més que oportú mencionar-lo aquí.

El projecte en qüestió s'anomenava «Europe science and the city: promoting scientific culture at local level» (www.escity.org/) i, tal com hem assenyalat, va estar liderat per l'ICUB i dirigit pel professor Vladimir de Semir. Va tenir una durada de dos anys i hi van participar la UPF, el Wissenschaftszentrum de Viena (Àustria), el municipi de Tromsø (Noruega) i l'organisme Ciència Viva (Portugal).

2.3.1. Projectes del Pla Nacional de R+D+I

Tal com mostra la taula 2.4, el primer que podem destacar-ne és que hi va haver un total de 33 projectes competitiu aconseguits per universitats catalanes en el període considerat. L'altre aspecte a considerar és que els imports, amb algunes excepcions, no són gaire alts, principalment perquè el nostre camp no sol utilitzar grans infraestructures; també indica que són projectes que no solen incloure contractacions de becaris, com ja sabem per les dades comentades anteriorment.

En tot cas, podem veure que els imports oscil·len entre els 18.000 euros, en la part més baixa, i poc més de 100.000 euros, en la més alta, amb una mitjana aritmètica de 46.112 euros. Per tenir-ne una idea més fidel, podem dir que la majoria de projectes (25) van estar dotats amb quantitats superiors als 30.000 euros. D'aquests, 10 van superar els 50.000 euros, amb tres casos destacats de projectes superiors als 80.000 euros.

En total, estem parlant d'un import agregat d'1.521.700 euros per a la recerca en comunicació per a tot el període 2003-2009 i per a totes les universitats catalanes, la qual cosa, a la vegada, dóna una mitjana de 253.617 euros per any.

Per universitats, la UAB, amb un total de 15 projectes, i la UPF, amb un total d'11, varen ser les que acumularen el nombre més alt de projectes, seguides per la URV, amb 3, i la URL, amb 2. La Universitat de Girona (UdG) i la Universitat de Lleida (UdL), per la seva part, van aconseguir un projecte cadascuna. Com podem veure, hi ha una correlació entre la massa de professorat i el nombre de projectes aconseguits per cada universitat.

TAULA 2.4
Projectes d'investigació fonamental del Pla Nacional de R+D+I (2003-2009)

<i>N.</i>	<i>Any</i>	<i>Import</i>	<i>Títol</i>	<i>Investigador principal</i>	<i>Universitat</i>
01	2003	23.600 €	La comunicación local en el entorno digital en España. Transformaciones del sistema audiovisual local	Corominas i Piulats, Maria	UAB
02	2003	24.000 €	Corrientes estéticas del audiovisual en el contexto europeo	Font Blanch, Domènec	UPF
03	2003	20.800 €	Nueva tecnología de la información y cambio comunicativo en las comunidades autónomas españolas	Murciano Martínez, Marcial	UAB
04	2004	26.220 €	Web semántica y sistemas de información documental	Codina Bonilla, Lluís	UPF
05	2004	35.880 €	Estrategias de la comunicación social de los organismos del Estado a través de la publicidad institucional	Ruiz Collantes, Francisco Javier	UPF
06	2004	31.280 €	El proceso de comunicación de riesgo en Tarragona: análisis de la percepción y recepción social del riesgo petroquímico. Participación social, comunidad local y comunicación de proximidad	Farré Coma, Jordi	URV
07	2005	31.416 €	La radio como medio de integración social: desarrollo de un instrumento de medición de audiencias excluidas para la realización de campañas publicitarias institucionales de interés social	Balsebre Torroja, Armand	UAB
08	2005	33.320 €	Infancia, violencia y televisión. Los espacios informativos y los imaginarios de la violencia en los niños y adolescentes	Busquet Duran, Jordi	URL
09	2006	84.700 €	Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía en Cataluña	Alsius Clavera, Salvador	UPF
10	2006	72.600 €	Observatorio del Cine Europeo Contemporáneo	Font Blanch, Domènec	UPF
11	2006	45.980 €	Televisión interactiva en el entorno <i>cross-media</i> : tipología de la oferta, los contenidos, los formatos y los servicios emergentes	Franquet i Calvet, Rosa	UAB
12	2006	66.550 €	Estudio de la programación de la televisión digital: innovación en contenidos, formatos y técnicas de programación en la TDT	Prado Pico, Emili	UAB

13	2006	66.550 €	Instrumentos de análisis y medición de la ficción televisiva internacional	Vilches Manterola, Lorenzo	UAB
14	2007	44.770 €	Transformaciones del sistema de radio y televisión en España en el contexto de la digitalización (1997-2010)	Bonet Bagant, Montse	UAB
15	2007	21.296 €	Modelo social, cultural y estético de Televisión Española en Cataluña (1959-2009)	Cerdán Los Arcos, Josetxo	UAB
16	2007	53.240 €	La percepción del riesgo petroquímico en Tarragona y la Unión Europea. Efectos sociales de la comunicación institucional y de los medios de información	Farré Coma, Jordi	URV
17	2007	43.560 €	La publicidad de televisión entre otros factores socioculturales influyentes en los TCA: estudio exploratorio y experimental	Jiménez-Morales, Mònika	UPF
18	2007	20.570 €	Las revistas literarias del Novecentismo a las vanguardias. Digitalización y estudio de patrimonio hemerográfico	Malé i Pegueroles, Jordi	UdL
19	2007	39.930 €	Música y cine en España: recuperación, inventario y difusión de un patrimonio cultural multidisciplinar	Radigales Babí, Jaume	URL
20	2008	90.750 €	Nuevas estrategias de publicidad y promoción de las marcas turísticas españolas en la web	Fernández Cavia, José	UPF
21	2008	38.115 €	Televisión y deliberación política. La construcción del espacio público a través de los géneros televisivos de la realidad en España	Gifreu i Pinsach, Josep	UPF
22	2008	45.980 €	Pluralismo y grupos de comunicación en España: la concentración de audiencias	Llorens Maluquer, Carles	UAB
23	2008	36.300 €	Las políticas públicas de impulso a la sociedad de la información en España: evaluación de las estrategias y actuaciones en nueve comunidades autónomas	Murciano Martínez, Marcial	UAB
24	2008	49.610 €	Medios de comunicación y violencia de género: ¿catalizadores o elementos de prevención?	Tortajada Giménez, Iolanda	URV
25	2008	47.190 €	La construcción social del espacio euromediterráneo en los medios de comunicación. La información en prensa y televisión	Velázquez García-Talavera, Teresa	UAB

26	2009	38.478 €	Evolución de los cybermedios españoles en el marco de la convergencia. Análisis del mensaje	Díaz Noci, Javier	UPF
27	2009	67.760 €	Observatorio del Cine Europeo Contemporáneo	Font Blanch, Domènec	UPF
28	2009	52.998 €	Entorno <i>cross-media</i> : transformaciones organizativas y productivas en los grupos radiotelevisivos	Franquet i Calvet, Rosa	UAB
29	2009	16.819 €	Noticias internacionales de España: la transición (1975-1978). El tratamiento informativo y la percepción exterior de la política española en la prensa internacional	Guillamet Lloveras, Jaume	UPF
30	2009	37.752 €	La sonoesfera digital como nuevo entorno de recepción de mensajes sonoros entre los jóvenes. Estudio de los hábitos de escucha para el desarrollo de nuevos formatos de publicidad institucional	Perona Páez, Juan José	UAB
31	2009	18.150 €	El nacimiento del escritor-periodista en Cataluña (1909-1936). Análisis histórico, repertorio crítico y difusión de un nuevo género literario	Pla i Barbero, Francesc Xavier	UdG
32	2009	106.722 €	Innovaciones programáticas y de inserción publicitaria en la TDT generalista europea	Prado Pico, Emili	UAB
33	2009	88.814 €	Instrumentos y mediciones de análisis de la ficción en la convergencia televisiva	Vilches Manterola, Lorenzo	UAB

Font: MERIDIA (Observatori de la Recerca de l'IEC); Ministeri d'Economia i Competitivitat.

2.3.2. Ajuts de la Generalitat de Catalunya

Els ajuts de la Generalitat de Catalunya es concedeixen sempre a grups de recerca reconeguts, ja sigui en la condició de grups consolidats o de grups emergents. Aquests ajuts no van adreçats a projectes concrets, sinó a donar suport al conjunt d'activitats del grup. En la taula 2.5 es mostra que en el període considerat es va concedir un total de 10 ajuts: tots, excepte dos que van ser concedits el 2005, corresponen a l'any 2009.

Per universitats, destaquen la UAB, amb 5 ajuts, i la UPF, amb 3, seguides per la UB i la URL, amb 1 ajut cadascuna. Com es pot veure, aquests ajuts no representen globalment un import tan alt com els projectes del Pla Nacional de R+D+I que hem considerat en l'apartat anterior, ja que en aquest cas estem parlant d'un import total de

400.000 euros. No obstant això, aconsegueixen una funció important i inestimable per a la recerca en comunicació a Catalunya, ja que donen continuïtat a l'activitat dels grups i, en moltes ocasions, són l'única font de contractació de personal de suport a les activitats de recerca.

TAULA 2.5
Ajuts de la Generalitat de Catalunya a grups de recerca reconeguts (2003-2009)

<i>Any</i>	<i>Universitat</i>	<i>Grup de recerca</i>	<i>Subvenció</i>
2005	UAB	Grup d'Estudis Internacional de Televisió (InCom-UAB)	39.000 €
2005	UPF	UNICA	49.000 €
2009	UB	LMI	55.200 €
2009	UAB	GRISS	43.200 €
2009	UPF	UNICA	40.800 €
2009	UAB	Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura (InCom-UAB)	39.200 €
2009	UPF	CINEMA	36.000 €
2009	UAB	Gabinet de Comunicació i Educació	33.600 €
2009	UAB	PUBLIRADIO	32.800 €
2009	URL	Grup de Recerca en Estratègia i Creativitat Publicitàries	31.200 €

Font: MERIDIÀ (Observatori de la Recerca de l'IEC).

2.3.3. Convenis

La figura del conveni és la tercera via d'obtenció de finançament habitual dels departaments universitaris. A l'efecte d'aquest informe, atesa l'àmplia diversitat de convenis que pot tenir una universitat, a causa de l'amplitud d'aquesta figura legal, ens hem centrat en els convenis signats amb les dues institucions més significatives de la recerca en comunicació a Catalunya: l'IEC i el CAC.

En la taula 2.6, podem veure que hi va haver un total de 44 convenis. Aquesta xifra ja diu alguna cosa molt important sobre aquesta figura que assenyalarem després. D'entrada, podem veure que els imports individuals de cada conveni no solen ser gaire alts. Amb poques excepcions, els imports giren al voltant dels 4.000-6.000 euros, amb

importos encara més petits. Hi ha únicament dos convenis que superen àmpliament aquests importos, amb xifres de 18.000 euros i de 27.400 euros, respectivament.

La suma total d'aquests convenis dona una xifra de 282.740 euros, molt per sota de la suma agregada del Pla Nacional de R+D+I i també per sota de la suma agregada dels ajuts de la Generalitat.

No obstant això, abans hem destacat l'alt nombre de convenis (44), si el comparem amb el nombre de projectes del Pla Nacional de R+D+I (33) i d'ajuts de la Generalitat (10). El que es pot desprendre de totes aquestes xifres és que les dues institucions considerades (l'IEC i el CAC) han exercit un important paper en el sosteniment d'un teixit de recerca, més modest per les xifres individuals, però de més abast per l'amplitud global de projectes i investigadors afectats.

TAULA 2.6
Projectes, convenis i ajuts a la recerca en comunicació (2003-2009)

<i>N.</i>	<i>Any</i>	<i>Institució atorgadora</i>	<i>Import</i>	<i>Projecte aprovat</i>	<i>Primer signant</i>	<i>Afiliació</i>
01	2003	CAC	2.800 €	Publicitat audiovisual i trastorns del comportament alimentari. De l'estereotip publicitari adult a la realitat preadolescent	Jiménez-Morales, Mònika	UPF
02	2003	CAC	3.500 €	El tractament de la diversitat cultural als mitjans audiovisuals segons els telespectadors joves	Prats Gil, Enric	UB
03	2003	CAC	5.700 €	La publicitat dels aliments funcionals: noves tecnologies alimentàries i la seva adequació als principis d'ètica publicitària	Fernández Peña, Emilio	UAB

04	2003	CAC	5.000 €	De nens exigents i joves lliures: el corpus normatiu subjacent en la matèria publicitària	González Balletbò, Isaac	UOC
05	2003	CAC	2.698 €	Los nuevos modelos de mujer y de hombre de la publicidad televisiva actual	Pablos Coello, José Manuel de	Universitat de La Laguna (ULL)
06	2004	IEC	6.000€	La periodística científica als Països Catalans	Casasús i Guri, Josep M.	IEC
07	2004	CAC	7.740 €	Detecció i definició dels nous perfils professionals de l'actual panorama audiovisual i multimèdia català	Scolari, Carlos Alberto	UVic
08	2004	CAC	6.000 €	La ciència als espais de televisió infantils	López Ferrado, Mònica	UPF
09	2004	CAC	7.660 €	La subtitulació dels programes infantils a la televisió: una eina útil d'aprenentatge de la lectura per als infants amb sordesa	Cambra Vergés, Cristina	UAB
10	2004	CAC	8.600 €	El tractament de la immigració i la religió als informatius de les televisions locals	Aguareles Anoro, Miguel Ángel	UB
11	2005	IEC	6.000 €	Periodística científica als Països Catalans	Casasús i Guri, Josep M.	IEC

12	2005	CAC	7.000 €	Violència simbòlica i models amorosos en la ficció televisada seriada per al consum adolescent i juvenil. Estudi de cas (<i>Porca misèria</i>)	Medina Bravo, Pilar	UPF
13		CAC	7.410 €	Televisions de proximitat, participació pública i governança ambiental en l'àmbit d'aplicació d'agendes 21 locals	Díaz Pont, Joana	UAB
14		CAC	3.432 €	Identitat cultural en les sèries de ficció de producció pròpia de Televisió de Catalunya. Dels discursos a la recepció	López López, Bernat	URV
15		CAC	5.800 €	Publicitat televisiva de culte al cos i insatisfacció corporal en la població jove	Jiménez-Morales, Mònika	UPF
16		CAC	6.000 €	Les noves addiccions en l'adolescència: Internet, mòbil i els videojocs	Castellana, Montserrat	URL
17		IEC	18.000 €	Els estudis universitaris de comunicació audiovisual i la seva relació amb les indústries del sector als Països Catalans	Martí i Martí, Josep M.	IEC

18		IEC	7.000€	Periodística científica als Països Catalans	Casasús i Guri, Josep M.	IEC
19		CAC	6.000 €	Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències	Scolari, Carlos Alberto	UVic
20		CAC	6.000 €	El paper dels sistemes audiovisuals en l'aprenentatge i la sensibilització sobre els problemes ambientals	Espeitx, Elena	Anàlisi Social Aplicada (ANSOAP)
21	2006	CAC	6.000 €	L'eficàcia de l'emplaçament de productes entre els infants: reconeixement, memòria, actitud i conducta. Una prova experimental	Fernández Cavia, José	UPF
22	2006	CAC	6.000 €	Usos i actituds dels immigrants davant dels mitjans de comunicació. Noves fronteres audiovisuals	Tecnologia, comunicació, ciutadania i participació (TECC IP)	URL
23	2006	CAC	6.000 €	Millora de la subtitulació dels dibuixos animats de la televisió per afavorir l'aprenentatge de la lectura als infants amb sordesa	Cambra Vergés, Cristina	UAB

24	2007	CAC	6.000 €	Usos i actituds juvenils davant les noves finestres audiovisuals. Alfabetització audiovisual	Tous Rovirosa, Anna	UAB
25	2007	CAC	6.000 €	El documental com a eina educativa	Breu Pañella, Ramon	Cinescola
26	2007	CAC	6.000 €	Una estratègia d'alfabetització audiovisual amb YouTube	Echazarreta, Carmen	UdG
27	2007	CAC	6.000 €	Infoentreteniment i percepció ciutadana de la política: el cas de <i>Polònia</i>	Ferré Pavia, Carme	UAB
28	2007	CAC	6.000 €	La televisión infantil frente a los niños menores de seis años: un análisis comparativo entre programas de televisión nacional y de TDT	Bartolomé Pina, Antonio	UB
29	2008	CAC	6.000 €	Elaboració de material audiovisual per motivar la lectura a l'alumnat amb sordesa	Cambra Vergés, Cristina	UAB
30	2008	CAC	4.500 €	La cobertura dels grups d'interès i dels moviments socials a les notícies de TV3	Montero Sánchez, María Dolores	UAB
31	2008	CAC	4.500 €	Els reptes de la comunicació en l'era de la convergència mediàtica	Masip, Pere	URL

32	2008	CAC	4.500 €	Joves, amor i sèries de televisió. Incidència de l'alfabetització audiovisual en la (re)interpretació dels relats amorosos televisius	Aran Ramspott, Sue	URL
33	2008	CAC	6.000 €	Processament i eficàcia de les formes noves (formats no convencionals) de publicitat televisiva	Añaños Carrasco, Elena	UAB
34	2008	CAC	4.500 €	Els rols de gènere, les relacions d'amor i de sexe en les sèries de ficció i la seva recepció per part de les i els adolescents a Catalunya. El cas de <i>Sin tetas no hay paraíso</i>	Capdevila Gómez, Arantxa	URV
35	2008	IEC	7.000 €	Periodística d'autor comparada entre Catalunya i països americans	Casasús i Guri, Josep M.	IEC
36	2008	IEC	27.400 €	Catàleg històric general de la premsa en català. I. L'eclosió de les publicacions (1810-1898)	Guillamet Lloveras, Jaume	IEC
37	2009	IEC	6.000 €	Identificació catalanística	Casasús i Guri, Josep M.	IEC
38	2009	IEC	6.000 €	Avaluació dels continguts científics i la seva recepció als programes magazín de la televisió pública catalana	Casasús i Guri, Josep M.	IEC

39	2009	CAC	3.500 €	La clusterització de la indústria audiovisual de proximitat entorn dels serveis públics de TDT local	Fernández-Quijada, David	UAB
40	2009	CAC	6.000 €	Pantalles, continguts i usuaris. Panorama de la convergència mediàtica digital, els continguts i el consum a Catalunya	Navarro Güere, Héctor	UVic
41	2009	CAC	5.500 €	Els mitjans de comunicació local en el procés d'integració de la població estrangera resident a Catalunya. Estratègies i polítiques programàtiques	Gutiérrez, María	UAB
42	2009	CAC	5.000 €	Narratives transmediàtiques, convergència audiovisual i noves estratègies de comunicació	Scolari, Carlos Alberto	UPF
43	2009	CAC	5.000 €	Anàlisi de la cobertura de la catàstrofe humanitària d'Haití	Santolino Prieto, Montse	Federació Catalana d'ONG per al Desenvolupament (FCONGD)
44	2009	CAC	5.000 €	Aplicació de tècniques de generació automàtica de la parla en producció audiovisual	Alías Pujol, Francesc	URL

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de MERIDIÀ (Observatori de la Recerca de l'IEC) i del CAC.

Nota: sota l'epígraf «Primer signant», indiquem el primer investigador que constava en el document d'atorgament de l'ajuda.

3. RESULTATS DE LA RECERCA

En aquest apartat presentarem dades relatives als resultats de la recerca en comunicació en el període considerat. Pel terme *resultats*, òbviament es poden entendre coses diferents, però hi ha un consens majoritari consistent a privilegiar com a tals els articles publicats en revistes indexades en bases de dades internacionals.

De fet, és el resultat de recerca sobre el qual s'articula la vida acadèmica d'un investigador i dels centres dels quals forma part: el grup de recerca, el departament i la universitat. És la unitat principal d'anàlisi de la productivitat científica no només per universitats, sinó també quan es fan anàlisis de productivitat científica per països.

A més a més dels anteriors, hi ha, almenys, dos resultats més que es consideren plenament rellevants a l'efecte d'aquests estudis: les patents i les tesis doctorals. Com que el nostre és un àmbit propi de les ciències socials i les humanitats, és normal que les patents no constitueixin un apartat significatiu (si parléssim de patents en l'àmbit de la comunicació, s'entén que estaríem parlant, en realitat, de telecomunicacions o de ciències de la computació, no de comunicació social).

Hi hauria un quart component teòric d'aquest apartat: les monografies. Però, tradicionalment, no s'ha considerat que els llibres representin un producte científic, sinó de divulgació, i, normalment, no es consideren ni les monografies ni els capítols de llibre com a part dels indicadors científics. Afortunadament, això està experimentant una lenta mutació, de manera que comença a considerar-se que la publicació de monografies o de capítols de llibre en determinades editorials pot ser també part d'una activitat, si no científica, sí, almenys, acadèmica d'alt nivell.

Ara bé, encara no disposem en el nostre país (ni en l'àmbit internacional) d'un sistema homogeni i homologat que proporcioni dades estadístiques sobre la producció acadèmica en forma de monografies. Potser en el futur, si es consolida la tendència apuntada, podrem disposar de sèries estadístiques sobre monografies i capítols de llibre com les que tenim sobre articles de revista. Però, de moment, no és el cas.

Per tant, en aquest apartat ens centrarem primer en les publicacions d'articles, després en les revistes catalanes de comunicació i finalment en la producció de tesis doctorals.

Per la seva importància, en aquest cas presentarem breument la metodologia seguida per a la compilació de les dades d'aquest apartat. Pel que fa a les revistes de recerca editades a Catalunya, s'han fet servir principalment dues fonts: la llista

anomenada *Classificació de les Revistes Científiques dels Àmbits de les Ciències Socials i Humanitats* (CARHUS Plus+ 2010) i la base de dades *Revistes Catalanes amb Accés Obert* (RACO), ambdues de la Generalitat de Catalunya. Per a les tesis doctorals, hem seguit les successives edicions de l'*Informe de la comunicació a Catalunya* de l'Institut de la Comunicació (InCom) de la UAB.

Per a les dades sobre els articles, hem utilitzat la base de dades *Thomson Reuters Web of Knowledge* (WoK), fins fa poc coneguda com a ISI (per les sigles de l'empresa fundacional, l'Institute for Scientific Information). Com és sabut, és la base de dades de referència utilitzada a la major part dels països del món a l'efecte no únicament del descobriment d'informació científica, sinó també, com és el cas d'aquest report, a l'efecte de l'anàlisi científica. És la font de referència utilitzada també en altres procediments d'avaluació científica i acadèmica: per exemple, per a les acreditacions de professors i les avaluacions de sexennis de recerca.

3.1. Articles en bases de dades internacionals

En aquest sentit, pel que fa als articles de la base de dades WoK-ISI, es va generar una llista d'articles publicats en el període 2003-2009 combinant l'àmbit temàtic de la comunicació amb dades d'afiliació institucional i geogràfica dels autors. Per tant, s'han considerat els ítems que han publicat autors que en el moment de la publicació formaven part d'una universitat o d'un centre de recerca de Catalunya: s'han detectat així 44 publicacions, que han obtingut un total de 129 citacions (sempre d'altres publicacions incloses en el WoK-ISI).

Si hi ha un apartat del qual s'ha pogut constatar un gran canvi, de signe molt positiu en aquest cas, en la recerca en comunicació, és aquest precisament. Tal vegada, 44 publicacions pot semblar un nombre poc significatiu, però s'hauria de relacionar amb la mateixa dada procedent del report del període 1996-2002, quan el resultat va ser de 6 en total; o sia, ara podem veure que és un resultat que en realitat representa un increment del 700 % (mentre que l'augment del PDI, com ja hem vist en l'apartat corresponent, ha representat prop d'un 15 %).

És a dir, podem veure aquí fins a quin punt l'increment de productivitat dels autors d'universitats catalanes ha estat enormement significatiu. És en aquest sentit, sobretot, que hem volgut posar l'èmfasi en la transformació (que hem anat anomenant

«normalització») del nostre àmbit: d'una producció amb predomini quasi absolut d'una obra assagística, divulgativa o de pensament, sens dubte de gran qualitat, però amb poc pes des del punt de vista de la recerca, a una producció que ja inclou desenes d'articles que contenen resultats de recerca, publicats en revistes científiques i que tenen una àmplia difusió potencial internacional.

Com a punts febles, hem de destacar alguns elements, no obstant això. En primer lloc, la major part dels articles se centren en publicacions amb un índex d'impacte mitjà o baix (entre el segon i el quart quartil); en segon lloc, únicament la meitat dels articles s'han publicat en revistes internacionals en llengua anglesa, i, finalment, el nombre de citacions, de mitjana, no és irrellevant, però no és gaire alt (3 per article), tot i que aquesta mitjana resulta enganyosa, perquè hi ha un petit nombre d'articles amb un gran nombre de citacions (hi ha 4 articles amb 10 citacions o més).

TAULA 3.1
 Articles publicats per autors d'universitats catalanes en revistes indexades
 en la base de dades WoK-ISI i especialitzades en comunicació

<i>Revista</i>	<i>FI (2009)</i>	<i>Articles</i>	<i>Citacions totals</i>
<i>Canadian Journal of Information and Library Science</i>	0		
<i>Communication Monographs</i>	1,18		
<i>Communication Research</i>	1,354		
<i>Communication Theory</i>	1,208		
<i>Comunicar</i>	0,02	4	2
<i>Comunicación y Sociedad</i>	0,428	7	3
<i>Critical Studies in Media Communication</i>	1,18		
<i>Discourse & Communication</i>	0,068	1	2
<i>Discourse & Society</i>	1,3	1	10
<i>Discourse Studies</i>	1,016	1	13
<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i>	n. d.	3	
<i>El Profesional de la Información</i>	0,478	7	5
<i>Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture</i>	0,185		
<i>European Journal of Communication</i>	0,7	1	5
<i>The Harvard International Journal of Press/Politics</i>	1,167		
<i>Health Communication</i>	1,277		
<i>Human Communication Research</i>	2,2		

<i>IEEE Transactions on Professional Communication</i>	0,804	1	5
<i>Information, Communication & Society</i>	n. d.	3	11
<i>International Journal of Advertising</i>	1,091		
<i>The International Journal of Press/Politics</i>	0,833		
<i>International Journal of Public Opinion Research</i>	0,846	1	
<i>Journal of Advertising</i>	1,165		
<i>Journal of Advertising Research</i>	0,8		
<i>Journal of Applied Communication Research</i>	0,933		
<i>Journal of Business and Technical Communication</i>	0,545		
<i>Journal of Communication</i>	2,415		
<i>Journal of Health Communication</i>	1,344		
<i>Journal of Information Technology</i>	2,049	1	13
<i>Journalism & Mass Communication Quarterly</i>	0,362		
<i>Journal of Media Economics</i>	0,429		
<i>Journal of Scholarly Publishing</i>	0,237		
<i>Javnost - The Public</i>	0,18		
<i>Language Communication</i>	0,791		
<i>Media, Culture & Society</i>	0,741	1	4
<i>New Media & Society</i>	1,326	1	4
<i>Political Communication</i>	1,282		

<i>Public Culture</i>	0,85		
<i>Public Opinion Quarterly</i>	1,588		
<i>Public Relations Review</i>	0,628	9	45
<i>Public Understanding of Science</i>	1,981	1	7
<i>Quarterly Journal of Speech</i>	0,395		
<i>Science Communication</i>	1,054	1	
<i>Technical Communication</i>	1,064		
<i>Written Communication</i>	0,621		
Total		44	129

Font: Elaboració pròpia a partir de la consulta de la base de dades WoK-ISI.
 Nota: FI = factor d'impacte. Es calcula en funció del nombre de citacions rebudes per cada publicació d'altres publicacions ISI.

En la figura 2 podem observar una comparació dels articles publicats en les bases de dades WoK-ISI i Scopus per cadascuna de les universitats catalanes durant el període 2003-2009.

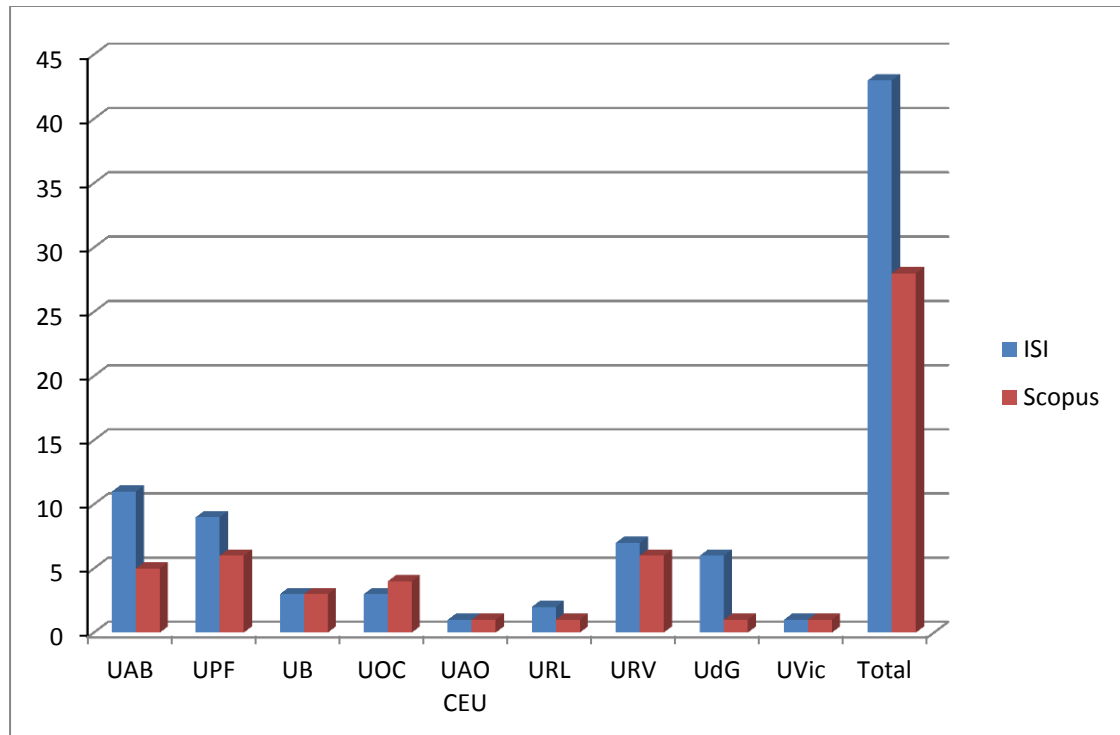


FIGURA 2. Distribució dels articles publicats en les bases de dades WoK-ISI i Scopus per universitats catalanes (2003-2009).

Font: Elaboració pròpia a partir de la consulta de les bases de dades WoK-ISI i Scopus.

Nota: UAO CEU = Universitat Abat Oliba CEU.

En la figura 3 podem veure el nombre total d'ítems acadèmics (articles, comunicacions), segons el Consell Superior d'Investigacions Científiques (CSIC), *Dialnet* i Google Scholar, en el període considerat. El gran nombre d'ítems de Google Scholar és degut al fet que inclou també llibres, reports, tesis, tesines, etc., o sia, qualsevol ítem de tipus acadèmic.

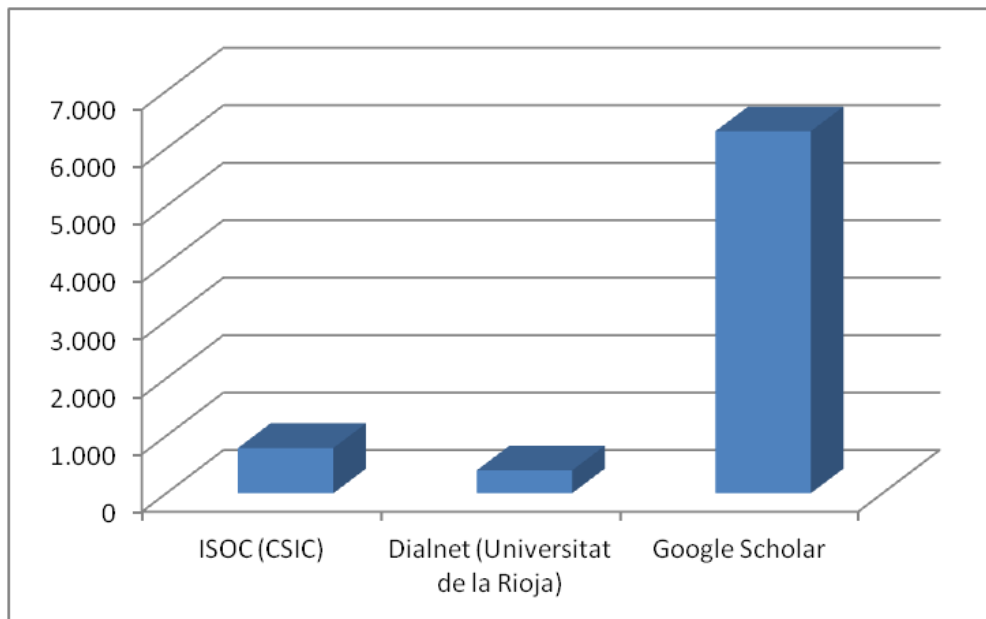


FIGURA 3. Nombre total d'ítems acadèmics (articles, comunicacions) publicats per autors d'universitats catalanes segons el CSIC, Dialnet i Google Scholar (2003-2009).

Font: Elaboració pròpia a partir de les bases de dades incloses en la figura.

Nota: ISOC = *Ciencias sociales y humanidades*.

En la taula 3.1.1 podem veure una comparació dels articles publicats per autors d'universitats espanyoles i catalanes en la base de dades WoK-ISI.

TAULA 3.1.1

Articles publicats per autors d'universitats espanyoles i catalanes en la base de dades WoK-ISI

<i>Revista</i>	<i>FI (2009)</i>	<i>Universitats espanyoles</i>	<i>Universitats catalanes</i>
<i>Canadian Journal of Information and Library Science</i>	0		
<i>Communication Monographs</i>	1,18		
<i>Communication Research</i>	1,354		
<i>Communication Theory</i>	1,208		
<i>Comunicar</i>	0,02	21	4
<i>Comunicación y Sociedad</i>	0,428	5	7
<i>Critical Studies in Media Communication</i>	1,18		
<i>Discourse & Communication</i>	0,068	1	1
<i>Discourse & Society</i>	1,3	1	1
<i>Discourse Studies</i>	1,016	1	1
<i>Estudios sobre el Mensaje Periodístico</i>		14	3
<i>El Profesional de la Información</i>	0,478		7
<i>Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture</i>	0,185		
<i>European Journal of Communication</i>	0,7		1
<i>The Harvard International Journal of Press/Politics</i>	1,167		
<i>Health Communication</i>	1,277		

<i>Human Communication Research</i>	2,2		
<i>IEEE Transactions on Professional Communication</i>	0,804		1
<i>Information, Communication & Society</i>		1	3
<i>International Journal of Advertising</i>	1,091	2	
<i>The International Journal of Press/Politics</i>	0,833		
<i>International Journal of Public Opinion Research</i>	0,846	1	1
<i>Journal of Advertising</i>	1,165		
<i>Journal of Advertising Research</i>	0,8	1	
<i>Journal of Applied Communication Research</i>	0,933		
<i>Journal of Business and Technical Communication</i>	0,545		
<i>Journal of Communication</i>	2,415	2	
<i>Journal of Health Communication</i>	1,344	1	
<i>Journal of Information Technology</i>	2,049		1
<i>Journalism & Mass Communication Quarterly</i>	0,362		
<i>Journal of Media Economics</i>	0,429		
<i>Journal of Scholarly Publishing</i>	0,237		
<i>Javnost - The Public</i>	0,18		
<i>Language Communication</i>	0,791		
<i>Media, Culture & Society</i>	0,741	3	1

<i>New Media & Society</i>	1,326	1	1
<i>Political Communication</i>	1,282		
<i>Public Culture</i>	0,85		
<i>Public Opinion Quarterly</i>	1,588		
<i>Public Relations Review</i>	0,628	2	9
<i>Public Understanding of Science</i>	1,981		1
<i>Quarterly Journal of Speech</i>	0,395		
<i>Science Communication</i>	1,054		1
<i>Technical Communication</i>	1,064		
<i>Written Communication</i>	0,621	1	
Total		58	44

Font: Elaboració pròpia a partir de la base de dades WoK-ISI.

3.2. Publicacions catalanes en comunicació

Hem indicat abans que el nombre d'articles publicats en revistes indexades en la base de dades WoK-ISI és la referència utilitzada a escala internacional; però és evident que això no és més que una petita part de la producció acadèmica catalana en comunicació. Si volem tenir-ne una idea més aproximada, un altre referent possible i molt significatiu en el context d'aquest report són les revistes acadèmiques de comunicació publicades a Catalunya.

En aquest sentit, pel que fa a les revistes catalanes de comunicació, podem constatar un nombre total de 17 revistes, enfront de les 9 que es van identificar en el report anterior (1996-2002).

En les taules 3.2.1-3.2.5 podem veure una sèrie de dades que n'aporten una descripció més completa. En particular, podem veure que, pel que fa a la periodicitat,

predominen les publicacions semestrals, amb una única revista amb una freqüència superior (bimestral). Pel que fa a la llengua, n'hi ha 7 que publiquen en anglès; en 6 d'aquestes, a més a més del català o el castellà. Naturalment, la llengua més representada és el català, ja que 12 de les 17 revistes tenen el català com a llengua única (5) o juntament amb l'anglès o el castellà (7).

Per completar la caracterització de les publicacions catalanes en comunicació, en les taules 3.2.3 i 3.2.4 podem veure les especialitats cobertes majoritàriament per cada publicació, utilitzant la mateixa categorització que hem presentat en la «Introducció». A més a més, hem indicat les condicions d'accés a les publicacions i el tipus de drets reservats dels articles publicats (taula 3.2.2).

Finalment, hi ha un aspecte molt important en el cas d'una publicació acadèmica, que és, precisament, en quins repertoris o bases de dades està indexada. La idea és que el millor destí d'una publicació és la seva difusió, i en el camp de la ciència, la difusió ideal hauria de tenir abast internacional. És per valorar aquesta dimensió de l'abast de la difusió de cada publicació que hem inclòs una columna on es pot veure en quins repertoris o bases de dades es troba indexada cada publicació catalana.

Aquesta informació, addicionalment, és un clar indicador de qualitat, ja que els repertoris i índexs estableixen el compliment de requeriments de qualitat específics abans d'acceptar-hi una publicació.

En aquest sentit, 6 de les revistes destaquen especialment per l'àmplia cobertura que tenen en diversos repertoris i bases de dades en l'àmbit de l'Estat espanyol i internacional, amb 2 d'aquestes, en concret, que, a més a més, formen part de dues bases de dades de màxim nivell internacional (WoK-ISI i Scopus). Això significa, simplement, que els articles publicats en aquestes revistes asseguruen una alta probabilitat d'impacte als seus autors, i amb ells, un reconeixement més alt de les unitats on s'enquadren (grup de recerca, departament i universitat).

TAULA 3.2.1
Revistes de comunicació amb seu editorial a Catalunya (2003-2009)

<i>Revista</i>	<i>Periodicitat</i>	<i>Llengua dels articles</i>	<i>Any de creació</i>
<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura</i>	Trimestral	Català, espanyol	1980
<i>Anuario Hipertext.net</i>	Anual	Espanyol, anglès	2003
<i>Catalan Journal of Communication & Cultural Studies</i>	Semestral	Anglès	2009
<i>Conexiones: Revista Iberoamericana de Comunicación</i>	Semestral	Espanyol	2009
<i>BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació</i>	Semestral	Català, espanyol, anglès; francès i portuguès (de manera puntual)	1998
<i>El Profesional de la Información</i>	Bimestral	Espanyol, anglès (de manera puntual)	1992
<i>Film-Historia</i>	Semestral	Català, espanyol, anglès	2001
<i>Formats</i>	Irregular	Català, espanyol, anglès	1997
<i>Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació</i>	Semestral	Català	1987
<i>Quaderns del CAC</i>	Semestral	Català	1998
<i>Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura</i>	Trimestral	Espanyol	1995
<i>Treballs de Comunicació</i>	Semestral	Català	1991
<i>Trípodos</i>	Semestral	Català, espanyol, anglès	1996
<i>UOC Papers: Revista sobre la Societat del Coneixement</i>	Semestral	Català, espanyol, anglès	2005
<i>Periodística</i>	Anual	Català	1990
<i>RUTA: Revista Universitària de Treballs Acadèmics</i>	Anual	Català, espanyol	2008
<i>Gazeta</i>	Anual	Català	1994

Font: Elaboració pròpia a partir de la llista CARHUS Plus+ 2010 i la base de dades de revistes catalanes RACO.

TAULA 3.2.2
Revistes catalanes de comunicació: difusió, accés i reproducció

<i>Revista</i>	<i>Paper</i>	<i>Web</i>	<i>Accés</i>	<i>Drets d'autor</i>
<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>Anuario Hipertext.net</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>Catalan Journal of Communication & Cultural Studies</i>	Sí	Sí	Pagament	Drets reservats
<i>Conexiones: Revista Iberoamericana de Comunicación</i>	Sí	Sí	Subscripció	Drets reservats
<i>BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>El Profesional de la Información</i>	Sí	Sí	Subscripció	Drets reservats
<i>Film-Historia</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>Formats</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació</i>	Sí	Sí	Subscripció	Drets reservats
<i>Quaderns del CAC</i>	Sí	Sí	Obert	Domini públic
<i>Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura</i>	Sí	Sí	Obert	Domini públic
<i>Treballs de Comunicació</i>	Sí	Sí	Obert	Domini públic
<i>Trípodos</i>	Sí	Sí	Obert	Domini públic
<i>UOC Papers: Revista sobre la Societat del Coneixement</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>Periodística</i>	Sí	Sí	Obert	Domini públic
<i>RUTA: Revista Universitària de Treballs Acadèmics</i>	No	Sí	Obert	Domini públic
<i>Gazeta</i>	No	Sí	Obert	Domini públic

TAULA 3.2.3
Classificació de les revistes catalanes de comunicació per àmbits teòrics

<i>Àmbits teòrics de recerca</i>	<i>Revistes</i>
Anàlisi de continguts	<i>Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos; Periodística (5)</i>
Disseny audiovisual	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Anuario Hipertext.net (2)</i>
Documentació periodística	<i>BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació; El Profesional de la Informació; Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació; Anuario Hipertext.net (4)</i>
Dret de la comunicació	<i>Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos (3)</i>
Economia de la comunicació	<i>Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos (3)</i>
Estructura de la comunicació	<i>Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos (3)</i>
Ètica i deontologia de la comunicació	<i>Periodística (1)</i>
Història de la comunicació	<i>Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; Periodística; Gazeta; Film-Historia (4)</i>
No definit (temes de comunicació en general)	<i>RUTA: Revista Universitària de Treballs Acadèmics; Conexiones: Revista Iberoamericana de Comunicación; Formats; Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura (4)</i>
Periodística	<i>Periodística (1)</i>
Polítiques de comunicació	<i>Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos (3)</i>
Tecnologies de la informació (usos socials)	<i>Quaderns del CAC; Trípodos (2)</i>

TAULA 3.2.4
 Classificació de les revistes catalanes de comunicació per sectors d'activitat

Sector	Revista
Cinema	<i>Trípodos; Film-Historia; Formats</i> (3)
Internet	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Anuario Hipertext.net; Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació; El Profesional de la Información; Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació; Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos; UOC Papers: Revista sobre la Societat del Coneixement</i> (10)
Multimèdia/cibermitjans	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Anuario Hipertext.net; Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació; El Profesional de la Información; Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació; Quaderns del CAC; UOC Papers: Revista sobre la Societat del Coneixement</i> (8)
No especificat (comunicació en general)	<i>RUTA: Revista Universitària de Treballs Acadèmics; Conexiones: Revista Iberoamericana de Comunicació; Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura</i> (3)
Premsa	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació; El Profesional de la Información; Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació; Treballs de Comunicació; Periodística; Gazeta</i> (8)
Publicitat	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; Trípodos</i> (3)
Ràdio	<i>Trípodos</i> (1)
Relacions públiques	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; Trípodos</i> (3)
Telecomunicacions	<i>BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació; El Profesional de la Información; Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació; Quaderns del CAC</i> (4)
Televisió	<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura; Catalan Journal of Communication & Cultural Studies; BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació; El Profesional de la Información; Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació; Quaderns del CAC; Treballs de Comunicació; Trípodos</i> (8)

TAULA 3.2.5
*Revistes catalanes de comunicació indexades en bases de dades acadèmiques
i índexs de referència*

<i>Revista</i>	<i>WoK- ISI</i>	<i>Scopus</i>	<i>ISOC (CSIC)</i>	<i>Latindex</i>	<i>CARHUS Plus+</i>	<i>IN- RECS</i>	<i>RACO</i>
<i>Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura</i>			Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<i>Anuario Hipertext.net</i>			Sí	Sí	Sí	Sí	
<i>Catalan Journal of Communication & Cultural Studies</i>					Sí		
<i>Conexiones: Revista Iberoamericana de Comunicación</i>			Sí	Sí			
<i>BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació</i>		Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
<i>El Profesional de la Información</i>	Sí	Sí			Sí		
<i>Film-Historia</i>				Sí			Sí
<i>Formats</i>							Sí
<i>Item: Revista de Biblioteconomia i Documentació</i>			Sí		Sí		
<i>Quaderns del CAC</i>					Sí		
<i>Quark: Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura</i>							Sí
<i>Treballs de Comunicació</i>					Sí		
<i>Trípodos</i>			Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<i>UOC Papers: Revista sobre la Societat del coneixement</i>			Sí	Sí	Sí		
<i>Periodística</i>							Sí
<i>RUTA: Revista Universitària de Treballs Acadèmics</i>							Sí
<i>Gazeta</i>							Sí

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació disponible en la pàgina web de les publicacions respectives.

Nota: IN-RECS = *Índice de impacto de las revistas españolas de ciencias sociales*.

3.3. Tesis doctorals

Tal com mostra la taula 3.3, el nombre total de tesis doctorals produïdes en comunicació a les universitats catalanes també s'ha incrementat notablement en comparació amb les dades de l'anterior report. En concret, en l'anterior període considerat (1996-2002), es va comptar un total de 142 tesis, enfront de les 172 del període del qual s'ocupa aquest report.

Destaquen, igual que en altres dimensions considerades en aquest report, la UAB, amb 98 tesis, i la UPF, amb 42. Les segueixen la URL, amb 8; la UOC, amb 3, i la Universitat Internacional de Catalunya (UIC), amb 1.

TAULA 3.3
Tesis doctorals del període 2003-2009

<i>Universitat</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>Total</i>
UAB	18	12	9	15	15	19	10	98
UB	0	2	1	0	1	1	3	8
UPF	8	5	4	6	3	9	7	42
UOC (IN3)	0	0	0	0	0	0	3	3
UIC	0	0	0	1	0	0	1	1
URL	0	3	3	6	3	3	3	21
Total per any	26	22	17	28	22	32	27	173

Font: *Informe de la comunicació a Catalunya (InCom, UAB)*.

4. CONCLUSIONS

Les principals conclusions que proposem, a partir de la consideració de les dades i informacions precedents, distribuïdes en punts forts i punts febles, són les següents:

Punts forts:

1. *Normalització de la comunicació com a disciplina científica.* Els departaments i facultats de comunicació de Catalunya sempre han comptat amb una producció acadèmica de qualitat, però tradicionalment vinculada a la divulgació, l'assagística i l'obra de pensament. Per primer cop, es pot constatar una producció en la

qual ja apareixen resultats de recerca comunicats a través de revistes científiques que, a la vegada, formen part de la base de dades internacional de més prestigi del món.

2. *Augment de la producció de tesis doctorals.* Podem veure que hi ha un augment sostingut en la producció de recerca original vinculada a l'elaboració de tesis doctorals.

3. *Augment de publicacions acadèmiques catalanes.* Hi ha també un notable augment de les publicacions editades a Catalunya que formen part de repertoris nacionals i internacionals, moltes de les quals utilitzen l'anglès com a llengua de treball.

4. *Augment dels grups de recerca reconeguts.* Hem pogut constatar igualment un increment en els grups de recerca reconeguts en les categories que fa servir la Generalitat de Catalunya.

5. *Més producció i de més qualitat amb recursos humans similars.* En general, hem pogut veure que el nombre de PDI significatiu a l'efecte de la recerca no ha experimentat grans increments des de l'anterior report, i en canvi, hem pogut constatar la millora constant de la producció científica en tots els aspectes clau considerats: publicacions en revistes amb presència en bases de dades internacionals, obtenció de projectes de recerca competitius, tesis doctorals i formació i consolidació de grups de recerca reconeguts.

6. *Millora del finançament universitari.* Sens dubte, té a veure amb el que s'assenyala en el punt anterior que en el període 2003-2009 es va experimentar un augment progressiu de la inversió en ciència i tecnologia, en percentatge del producte interior brut (PIB), tant en l'àmbit de l'Estat espanyol com de Catalunya.

Punts febles:

7. *Necessitat de més dimensió internacional de la producció.* Malgrat el gran increment en les publicacions en bases de dades internacionals, cal augmentar (i si és el cas, derivar) la producció en les revistes situades en els quartils superiors i en les revistes de difusió internacional en llengua anglesa. Els investigadors catalans en comunicació han de continuar incrementant la seva presència en publicacions d'impacte, particularment en publicacions dels primers quartils de la base de dades WoK-ISI, la qual cosa significa inevitablement optar per publicar originalment en anglès, sens perjudici de produir després versions en llengua catalana, i distribuir-les sota alguna llicència tipus Creative Commons (sempre atenent les possibilitats que acull la publicació original).

8. *Manca de dimensió internacional de les revistes catalanes.* El mateix es pot dir de les publicacions de comunicació editades a Catalunya. Únicament dues de les revistes estan indexades en bases de dades internacionals de referència, i només una revista, en la base de dades WoK-ISI. En aquest sentit, les publicacions editades a Catalunya han de considerar seriosament el compliment dels requeriments, molt exigents, és cert, de les bases de dades internacionals per tal d'anar aconseguint entrar en els seus índexs.

9. *Manca de competitivitat en programes de capital humà.* Els departaments de comunicació del sistema universitari de Catalunya no han estat en condicions ni de guanyar beques ni d'optar-hi en programes de contractació com ara el de la ICREA o el Juan de la Cierva.

10. *Inexistència de projectes europeus (en el període considerat).* Malgrat que els projectes europeus no són de ciència bàsica, sinó més aviat programes universitat-empresa, són un dels indicadors més potents de la internacionalització i la competitivitat d'una disciplina científica en un país europeu. Els departaments de comunicació de les nostres universitats haurien de fer una gran aposta per començar a formar part de les universitats d'elit europees que estan en condicions d'aconseguir recerca competitiva en aquest terreny.

Com a punt final, hem de destacar la idea que ha servit de fil conductor d'aquest report, a saber: la comunicació a Catalunya com a disciplina científica ha entrat clarament en un camí, esperem que irreversible, cap a la normalització científica d'acord amb tots els paràmetres considerats i podem considerar que el període analitzat assenyala un cas d'èxit, amb totes les limitacions que es vulguin.

Ara bé, en els propers anys, el PDI de les universitats catalanes ha de continuar esforçant-se en dos apartats clau: la internacionalització de tots els nostres paràmetres (publicacions, recerca, projectes europeus i capital humà) i la presència en publicacions del primer quartil de les bases de dades de referència.

FONTS CONSULTADES

— *Informe de la comunicació a Catalunya*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació. Les referències bibliogràfiques dels diferents informes són les següents:

COROMINAS I PIULATS, Maria; MORAGAS I SPÀ, Miquel de; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

MORAGAS I SPÀ, Miquel de; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; BLASCO GIL, José Joaquín; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel; CORBELLA I CORDOMÍ, Joan M.; CIVIL I SERRA, Marta; GIBERT I FORTUNY, Oriol (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

MORAGAS I SPÀ, Miquel de; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; ALMIRON, Núria; BLASCO GIL, José Joaquín; CORBELLA I CORDOMÍ, Joan M.; CIVIL I SERRA, Marta; GIBERT I FORTUNY, Oriol (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació, 2009.

MORAGAS I SPÀ, Miquel de; CIVIL I SERRA, Marta; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; BLASCO GIL, José Joaquín; LÓPEZ, Bernat (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació; Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2011.

En relació amb les dades de la taula 3.3, sobre les tesis doctorals, els capítols concrets consultats de l'*Informe de la comunicació a Catalunya* són els següents:

CIVIL I SERRA, Marta. «Recull de tesis doctorals llegides a Catalunya (2002-2003)». A: COROMINAS I PIULATS, Maria; MORAGAS I SPÀ, Miquel de; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005, p. 343-346.

CIVIL I SERRA, Marta. «Estudis universitaris». A: COROMINAS I PIULATS, Maria; MORAGAS I SPÀ, Miquel de; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005, p. 347.

MORAGAS I SPÀ, Miquel de; CIVIL I SERRA, Marta; REGUERO I JIMÉNEZ, Núria; G. SEDÓ, Ramon. «La recerca i els estudis sobre comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió (2005 i 2006)». A: MORAGAS I SPÀ, Miquel de; FERNÁNDEZ ALONSO,

Isabel; BLASCO GIL, José Joaquín; GUIMERA I ORTS, Josep Àngel; CORBELLA I CORDOMÍ, Joan M.; CIVIL I SERRA, Marta; GIBERT I FORTUNY, Oriol (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2005-2006*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2007, p. 317-347.

MORAGAS I SPÀ, Miquel de; CIVIL I SERRA, Marta; REGUERO I JIMÉNEZ, Núria; G. SEDÓ, Ramon. «La recerca i els estudis sobre comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió (2007 i 2008)». A: MORAGAS I SPÀ, Miquel de; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; ALMIRON, Núria; BLASCO GIL, José Joaquín; CORBELLA I CORDOMÍ, Joan M.; CIVIL I SERRA, Marta; GIBERT I FORTUNY, Oriol (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2007-2008*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació, 2009, p. 355-400.

CIVIL I SERRA, Marta; REGUERO I JIMÉNEZ, Núria. «Els estudis de comunicació a Catalunya». A: MORAGAS I SPÀ, Miquel de; CIVIL I SERRA, Marta; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; BLASCO GIL, José Joaquín; LÓPEZ, Bernat (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació; Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2011, p. 371-386.

CIVIL I SERRA, Marta. «La recerca en comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió». A: MORAGAS I SPÀ, Miquel de; CIVIL I SERRA, Marta; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; BLASCO GIL, José Joaquín; LÓPEZ, Bernat (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació; Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2011, p. 387-403.

- Informes del Pla Nacional de R+D+I del Ministeri d'Economia i Competitivitat.
- Informes dels ajuts a la recerca de la Generalitat de Catalunya.
- *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (números amb resolucions de recerca).
- *Reports de la recerca a Catalunya*. IEC.

LLOCS WEB CONSULTATS

— *Unitats d'R+D+I a Catalunya:*

<<http://www14.gencat.cat/direc/AppJava/visible/consulta.do?method=list>>

— Pla Nacional de R+D+I:

<<http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.29451c2ac1391f1febebed1001432ea0/?vgnextoid=79dbec05f2a7d210VgnVCM1000001d04140aRCRD>>

— *Mesurament de la Recerca, el Desenvolupament i la Innovació (MERIDIÀ;*

Observatori de la Recerca de l'IEC):

<<http://meridia.iec.cat/>>

— InCom (UAB):

<<http://incom.uab.cat>>

— Bases de dades WoK-ISI.

— Bases de dades Scopus.

— Base de dades del CSIC.