

Aquesta ponència es proposa analitzar les relacions entre la recerca en comunicació i la societat catalana, per intentar identificar les seves possibles repercussions socials, culturals i polítiques, destacant-ne els punts forts i els punts febles, amb l'objectiu d'aportar idees per a una nova política de recerca en aquest sector tan estratègic.

1. Introducció. Consideracions epistemològiques

1.1. *La comunicació és una especialitat. Reclama la ciència però no és «una» ciència*

Proposo començar aquesta ponència prenent posició a favor d'una premissa epistemològica objecte de possible controvèrsia: la comunicació no és pròpiament «una» ciència, sinó, més aviat, un objecte d'estudi comú i transversal al conjunt de les ciències socials i de les humanitats.¹ La comunicació no és «una» ciència, però la comunicació reclama i travessa totes les ciències.

Aquest reconeixement de la interdisciplinarietat en els estudis de comunicació no significa que no sigui necessària l'especialització en comunicació com a tasca investigadora i com a política de recerca. Els grans problemes socials i humans (cultura, política, economia, benestar) es poden entendre millor des de la comprensió de la comunicació. La complexitat de l'objecte i les mateixes dificultats de les aproximacions interdisciplinàries reclamen l'especialització. En això consisteixen i així es legitimen epistemològicament les ciències de la comunicació.

1. L'investigador mexicà Enrique Sánchez Ruiz (2002) coincideix amb aquest punt de vista en el seu article «La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda», *Diálogos de la Comunicación* (FELAFACS), núm. 64.

1.2. Creixement quantitatiu. Raons de la demanda d'estudis en comunicació

Aquestes premisses epistemològiques són necessàries per no confondre allò que només són dinàmiques acadèmiques o necessitats d'organització amb raons teòriques de fons i necessitats de la recerca. Això és especialment necessari en el cas dels estudis de comunicació, que han experimentat, a Catalunya i també a Espanya i a l'Amèrica Llatina,² un creixement (quantitatiu) espectacular els darrers vint anys, com no ha passat, potser, amb cap altra àrea d'estudis.

L'any 2005 totes les universitats catalanes disposen d'estudis de comunicació, segons diverses modalitats. El nombre d'estudiants en les diverses especialitats de comunicació s'acosta a la xifra de sis mil (segons dades de la Generalitat sobre l'oferta acadèmica del curs 2004-2005 a Catalunya).

En aquest punt hem de preguntar-nos pels motius d'aquesta gran demanda i pel consegüent ràpid creixement de l'oferta universitària d'aquestes especialitats. Crec que fins ara els responsables acadèmics hem afrontat aquesta qüestió d'una manera massa superficial.

L'interès de moltes universitats pels estudis de comunicació es correspon amb la necessitat de fer front a una baixa relativa en la demanda d'altres estudis, especialment en el camp de les humanitats. Crec que no s'ha reflexionat prou sobre la coincidència dels dos pols d'aquesta tendència. La demanda d'estudis de comunicació no s'ha de buscar en qüestions de modes, o en la projecció de la gent jove en les estrelles de la comunicació (argument que s'utilitza sovint sense cap fonamentació), sinó en el fet que els estudis de comunicació ocupen, almenys en part, el lloc que unes dècades abans ocupaven altres estudis de lletres, aportant-hi, però, un valor afegit, que s'endevina com a molt important per a les noves generacions: la relació directa, més tangible, entre el coneixement i la pràctica de la comunicació.

Davant d'aquest procés, d'aquesta demanda creixent, s'han comès, al meu entendre, dos errors principals. D'una banda, crear centres universitaris de comunicació sense cap programa de formació o preparació específica del professorat, confiant en l'espontaneïtat del reciclatge directe d'especialistes en altres temàtiques i en l'aportació dels professionals contractats com a professors associats. De l'altra, confondre aquesta demanda d'estudiants (en comunicació) amb l'oferta de continguts formatius i considerar que aquest canvi de demanda justifica la substitució de la formació humanística i social de base per una hiperespecialitat (comunicologia) i una prematura formació pràctica en comunicació.

La manca de planificació i coordinació de les universitats catalanes en aquesta matèria, juntament amb la rutina reproductiva dels seus plans d'estudis, ha institucionalitzat uns errors que poden traduir-se, finalment, en punts febles de la recerca en comunicació a Catalunya.

2. Segons un estudi de la Federació Latinoamericana de Facultades de Comunicació Social (FELAFACS), l'any 2005 hi havia a l'Amèrica Llatina un total de mil vint-i-sis facultats o escoles de comunicació, tres-cents quaranta-vuit de les quals eren al Brasil i tres-cents vint-i-una a Mèxic, que concentraven el 65,20 % del total de centres. Vegeu el portal de la FELAFACS, <http://www.felafacs.org>.

2. Ciències socials, estudis de comunicació i política científica

La política de recerca sobre comunicació s'ha d'interpretar en el context de les modernes polítiques de recerca, analitzant el lloc que correspon a les ciències socials i les humanitats, i, posteriorment, el paper que correspon als estudis de comunicació en aquest context.

En aquest segon apartat analitzarem breument els reptes actuals de la recerca en ciències socials, per referir-nos en els apartats següents a la qüestió específica de la recerca en comunicació.

2.1. Política de recerca i plans nacionals de recerca

Les polítiques de recerca són un instrument bàsic de les democràcies modernes que impliquen tots els sectors socials, prioritzant, especialment, la competitivitat i la innovació. Així, per exemple, el Pla de Recerca i Innovació de la Generalitat de Catalunya (2005-2008)³ assenyala que la seva missió consisteix a «situar Catalunya en una posició avançada en el sistema europeu de recerca i innovació mitjançant una política pública integrada amb el conjunt d'agents públics i privats que promogui la societat del coneixement i l'esperit emprenedor per tal d'aconseguir un desenvolupament sostenible que aporti benestar i cohesió social».

2.2. Ciències socials i humanitats: assignatures pendents dels plans de recerca

Els plans de recerca (a Europa, a Espanya i també a Catalunya) tenen, però, una assignatura pendent: la recerca en ciències socials i en humanitats.

Aquesta assignatura pendent no es refereix únicament a la manca de recursos econòmics, sinó més àmpliament a una conceptualització deficient d'aquesta política, tradicionalment concebuda i gestionada des de la perspectiva de les ciències «dures» i des de les seves necessitats instrumentals. Per portar a terme una revisió dels conceptes amb els quals s'administra aquesta recerca, proposem considerar tres aspectes o inadequacions principals:

- a) La prioritització temàtica.
- b) La gestió i l'avaluació de la recerca.
- c) La conceptualització dels àmbits (ciències socials i humanitats).

3. El Pla (2005-2008) té una previsió pressupostària de dos mil milions d'euros. Vegeu *Pla de Recerca i Innovació de Catalunya 2005-2008* (2005) (en línia), Barcelona, Generalitat de Catalunya, Consell Interdepartamental de Recerca i Innovació Tecnològica (CIRIT). <<http://www10.gencat.cat/pricatalunya/recursos/PRI-llarg-CAT-2005-06-06.pdf>>

2.2.1. De la prioritització temàtica

La recerca en humanitats i en ciències socials ocupa un lloc secundari en els actuals plans de recerca (a Catalunya, a Espanya i també a Europa). Pel que fa a la comunicació, ni el Pla de Recerca de Catalunya ni tampoc el Pla Nacional d'Investigació d'Espanya no consideren aquesta temàtica com una de les línies prioritàries.

Caldria reconèixer, però, que el problema central no és pas la discriminació de les «lletres», sinó, més en general, les prioritats globals de les polítiques científiques a les societats modernes. La prioritització de la recerca amb finalitats i aplicacions militars seria l'exemple més dramàtic d'aquesta desviació.

El menyspreu de les humanitats i les ciències socials forma part del problema més general de les prioritats de la recerca. La lectura crítica de les prioritats també s'ha d'aplicar, doncs, a la mateixa recerca social. Les prioritats en aquest camp acostumen a limitar-se als estudis econòmics (això és així, especialment, en el cas de la política de recerca de la Unió Europea [UE]) o de les demandes (internes) de l'Administració, que tendeix a traduir les seves competències en prioritats temàtiques. D'aquí, per exemple, la prioritització dels estudis sobre turisme i patrimoni cultural, i, en canvi, la marginació dels estudis d'antropologia cultural.

En la recerca sobre comunicació també podem trobar exemples de condicionants econòmics i socials de la recerca, sobretot quan comparen els recursos disponibles per a la recerca vinculada als negocis de la comunicació (incloent-hi la publicitat) o la implantació de les tecnologies de la informació (TIC) amb l'escassetat de recursos per a la recerca destinada al coneixement de la comunicació com a fenomen social o comunitari.

2.2.2. De la gestió i l'avaluació dels projectes de recerca

La moderna política de recerca ha anat eliminant els ajuts genèrics per centrar-se en els ajuts a programes amb temàtiques concretes i amb formes de gestió i criteris d'avaluació fortament regulats. En aquest punt hem d'afirmar que els criteris que determinen aquesta regulació responen massa sovint a les necessitats i a l'experiència de la recerca de ciències. Els ajuts responen a criteris poc adaptats a les necessitats de les ciències socials (capítols de despeses, categories de personal, infraestructura, calendari de recerca, mèrits de transferència de coneixements, etc.).

No obstant això, encara és més problemàtica l'adaptació a les ciències socials de les formes d'avaluació de projectes i currículums dels investigadors. És especialment inadequada l'aplicació de criteris d'impacte de la producció científica, basada, sense correctius, en la citació i la publicació en revistes de referència. No proposaríem, de cap manera, l'eliminació d'aquest criteri, però sí ponderar-lo amb altres formes de validació. D'una banda, caldria relativitzar la importància de les publicacions en anglès en aquestes àrees, la qualitat científica de les quals

està sovint condicionada per la influència d'escola i per raons comercials. Caldria, en canvi, valorar el factor d'impacte de la recerca social en el propi entorn, cada vegada més mesurable a través dels nous cercadors a Internet. Les dificultats de quantificació d'aquesta avaluació no hauria de ser excusa per no incloure-la en els processos esmentats.

2.2.3. De la conceptualització dels àmbits (ciències socials i humanitats)

La política científica també hauria de revisar alguns criteris aplicats, moltes vegades per defecte, a les ciències socials. Així, per exemple, les distincions entre *recerca bàsica* i *recerca aplicada*, o entre *experimentalitat* i *no experimentalitat* s'han d'aplicar amb reserves. En el cas de les ciències socials i les humanitats, la recerca teòrica necessita el suport de diverses formes de treball de camp (enquestes, observacions, grups de discussió) o de treballs documentals (hermenèutica, traducció, hemeroteca) no regulats en els sistemes d'ajut a la recerca. Els programes d'ajut a les infraestructures, per exemple, financen sense gaires entrebancs la compra de llibres, però, en canvi, posen més dificultats al finançament de treballs de camp o de creació documental.

En el cas dels estudis de comunicació, el treball de camp (des de l'època de Lazarsfeld i Adorno!) és a la base de l'elaboració teòrica, impossible sense el recurs a les enquestes d'audiència, als estudis etnològics sobre l'ús dels mitjans de comunicació, als treballs estadístics sobre l'estructura dels mitjans, a l'anàlisi econòmica o als estudis de contingut, que reclamen personal contractat per fer aquestes tasques.

3. La recerca en comunicació a Catalunya. Estat de la qüestió

Diversos autors han descrit amb detall i profunditat l'estat de la qüestió i l'evolució de la recerca sobre comunicació a Catalunya, des del 1975 fins ara.⁴ El més recent d'aquests estudis és el que va coordinar Josep Maria Casasús, dins del programa *Reports de la recerca a Cata-*

4. Jordi BERRIO (dir.) (1997), *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya: Estudi crític dels principals àmbits d'investigació de la comunicació de massa*, Bellaterra, UAB, 335 p.

Josep GIFREU (1989), «La investigació de la comunicació a Catalunya: assaig de periodització», *Anàlisi* (Bellaterra, UAB), núm. 12 (setembre), p. 9-65.

Daniel E. JONES (coord.) (1997), *Bibliografia catalana de la comunicació, 1976-1996*, Barcelona, CEDIC, 2 v.

— (2000), «Investigació sobre comunicació a Catalunya als anys noranta», *Treballs de Comunicació* (Barcelona, IEC, Societat Catalana de Comunicació), núm. 13-14 (desembre), p. 41-55.

Daniel E. JONES i Jaume BARÓ i QUERALT (1997), «Tesis doctorals i treballs de recerca universitaris sobre comunicació als Països Catalans, 1954-1996: Aproximació bibliomètrica», *Anàlisi* (Bellaterra, UAB), núm. 20, p. 157-187.

lunya (1996-2002) de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC),⁵ i s'hi estableix un quadre general molt complet de les especialitats, les llacunes i els punts forts d'aquesta recerca.

Aquesta ponència, que es beneficia d'aquells antecedents, es proposa analitzar les relacions entre la recerca en comunicació i la societat catalana, per intentar identificar les seves possibles repercussions socials, culturals i polítiques, destacant-ne els punts forts i els punts febles, amb l'objectiu d'aportar idees per a una nova política de recerca en aquest sector tan estratègic.

Proposem considerar tres factors principals: els investigadors o investigadores, les prioritats temàtiques i, finalment, els punts febles i forts de l'activitat de recerca.

3.1. *Els investigadors o investigadores. Massa crítica i tipologia*

L'anàlisi de la producció científica sobre comunicació a Catalunya posa de manifest l'existència d'una gran massa crítica d'experts integrada per quatre principals grups d'actors:

1. Investigadors o investigadores en comunicació de facultats i departaments especialitzats en comunicació.

2. Investigadors o investigadores de diverses disciplines socials i humanitats que investiguen sobre la comunicació des d'institucions universitàries no especialitzades.

3. Estudiants de doctorat.

4. Professionals de la comunicació que duen a terme treballs de recerca.

Una idea de la magnitud d'aquesta activitat de recerca, en termes quantitius, la trobem en la xifra de 1.634 publicacions identificades per l'esmentat *Report* de l'IEC, entre llibres, tesis, treballs i articles, referits als estudis de comunicació.⁶

Un altre índex de les dimensions d'aquesta massa crítica el podem trobar en les tesis doctorals presentades als departaments especialitzats. Des del 1996 fins al 2003 s'han llegit a Catalunya un total de cent cinquanta-dues tesis doctorals, quaranta-nou de les quals els anys 2002 i 2003 (vegeu el quadre 1) (més endavant analitzarem els temes i els mètodes d'aquestes tesis). Pel que fa a l'impacte, podem avançar que aquesta gran producció acadèmica es tradueix en una baixa producció editorial, tant pel que fa a llibres (registre ISBN) com pel que fa a la publicació d'articles en revistes especialitzades.

Hem de destacar, però, que la recerca no és pas una activitat exclusiva dels investigadors o investigadores de les facultats i departaments especialitzats. Hi ha una important aportació als estudis de comunicació per part d'investigadors o investigadores d'altres disciplines i també per part dels professionals de la comunicació.

5. Josep Maria CASASÚS (coord.) (2005), *Reports de la recerca a Catalunya (1996-2002): Comunicació i informació*, Barcelona, IEC, també disponible en línia a: <http://www2.iecat.net/gc/digitalAssets/3695_1097663423421_comunica9602.pdf>.

6. Vegeu Casasús (2005).

Les publicacions dels professionals es refereixen generalment a l'activitat mediàtica, descrita com a experiència o com a reflexió des del coneixement intern dels mitjans i dels processos d'informació, en forma de crònica o assaig. El darrer exemple d'aquesta producció (abril de 2005) el trobem en el llibre del periodista Xavier Mas de Xaxàs *Mentiras: Viaje de un periodista a la desinformación*.⁷

Però sobretot hem d'esmentar la important producció teòrica que es fa des de les facultats i els departaments no especialitzats estrictament en ciències de la comunicació. Encara més, en aquest cas hem de destacar que l'índex d'impacte internacional (revistes científiques) és clarament favorable a aquest grup d'actors (vegeu el quadre 2), amb una presència d'autors de l'àrea de psicologia (especialment del País Valencià) i també d'autors d'altres departaments, especialment d'economia i de filologia. Paral·lelament, aquest protagonisme es confirma si analitzem la participació d'investigadors en els projectes de R+D+I dedicats a temes d'estudi sobre la comunicació, la majoria dels quals es dirigeixen des de facultats que no són pròpiament de ciències de la comunicació (vegeu el quadre 3).

Dels vint-i-quatre projectes de recerca sobre comunicació aprovats per als triennis 2003-2005 i 2004-2006, únicament sis tenien com a investigadors o investigadores principals personal de les facultats de ciències de la comunicació.

3.2. *Els temes de la recerca en comunicació. Reiteracions i llacunes*

Segons l'estudi de l'IEC,⁸ en el període del 1996 al 2002, les disciplines amb un nombre més elevat de publicacions d'autors catalans eren, per aquest ordre: la història del cinema (amb 313 publicacions), les tecnologies de la informació (237), la periodística (186), les polítiques de comunicació (181) i la semiòtica (164). Per contra, les disciplines amb menys publicacions eren el dret (amb 37 publicacions), la documentació (41), la teoria de la comunicació (49), la psicologia social (53) i l'economia de la comunicació (60). Pel que fa als mitjans, el cinema (amb 257 publicacions) i la televisió (amb 219) eren els que tenien un índex màxim de publicacions.

Aquestes prioritats temàtiques es confirmen en part en l'anàlisi més recent de les quarantainou tesis sobre comunicació a Catalunya dels anys 2002 i 2003 (vegeu el quadre 4). D'aquesta anàlisi destaca la concentració de tesis en dos blocs teòrics, «retòrica i contingut de la informació» i «estratègies i rutines de producció». Es tracta d'una gran majoria de tesis dedicades a anàlisi de casos i, com a confirmació de les dades anteriors, amb un nombre limitat de tesis sobre economia de la informació, Internet, telecomunicacions, estudis culturals, i l'absència completa de tesis dedicades, més directament, a la teoria de la comunicació.

7. MAS DE XAXÀS (2005), Barcelona, Destino, 272 p.

8. Vegeu Casasús (2005), taula 9.

D'aquestes dades en podem treure algunes conclusions i comentaris:

— Hi ha una certa «inversió temàtica» entre aquest rànquing d'enfocaments teòrics i les prioritats dels plans de recerca actuals, especialment pel que fa a les telecomunicacions i a la societat de la informació, però també a l'economia de la comunicació. També es pot destacar la manca de sintonia entre aquestes prioritats i els projectes de recerca aprovats pel Pla Nacional d'Investigació espanyol (vegeu el quadre 5).

— Contrasta el cas de la psicologia. Mentre que la psicologia de la comunicació representa el primer tema en les publicacions d'autors dels Països Catalans a les revistes internacionals de referència, aquesta disciplina ocupa un lloc més reduït en la producció global de llibres, tesis i articles a Catalunya.

— Finalment, cal destacar l'absència de treballs (projectes, tesis i publicacions) sobre teoria de la comunicació, una qüestió central en el sistema de recerca i que es pot traduir en debilitat per a tota la resta de línies de recerca.

3.3. *Els punts forts i els punts febles. Crítica i autocrítica*

Per fer una valoració dels punts forts i els punts febles de la recerca en comunicació hem d'encreuar dos factors: d'una banda, els factors de caràcter estructural de la política científica i, de l'altra, els factors més interns, de la dinàmica i de les formes de treball del col·lectiu investigador.

3.3.1. Els punts febles

És recurrent la crítica dels investigadors en ciències socials i humanitats pels escassos recursos de què disposem per a la recerca, però aquesta crítica l'hem de completar amb una autocrítica respecte de la nostra pròpia activitat com a investigadors.

Considerant que la crítica ha de ser positiva per corregir errors, posarem una atenció especial en els punts febles encreuant els dèficits estructurals de la política científica i les deficiències de l'activitat dels investigadors. Així es descobreixen cinc punts febles principals de la recerca en comunicació:

1. Burocratització de la recerca.
2. Experiències limitades de treball en equip.
3. Proliferació de línies, amb dispersió de mètodes i objectes de recerca.
4. Nombre reduït de projectes de recerca (R+D+I) sobre comunicació.
5. Presència i projecció internacional reduïdes.

3.3.1.1. Burocratització de la recerca

L'autocrítica ha de començar per la constatació de l'organització excessivament burocràtica de la recerca a les universitats catalanes. Constatem que la productivitat dels docents funcionaris (catedràtics i titulars), sempre amb excepcions, tendeix a disminuir després d'haver aconseguit la plaça vitalícia. El gran motor de la recerca universitària se cenyeix —i es limita— massa avui dia a les proves i els concursos, i, doncs, a les expectatives de col·locació acadèmica.

«Massa sovint —ha assenyalat Josep Gifreu— la recerca que es fa als departaments universitaris sembla únicament vinculada a interessos instrumentals i burocràtics». Enric Saperas reconeixia que a Catalunya «es fa una recerca molt “universitària”, o molt pendent de l'Administració pública i, doncs, poc innovadora».⁹

3.3.1.2. Experiències limitades de treball en equip

Una de les deficiències principals de la recerca en comunicació la trobem en la manca de treball en equip que la caracteritza. Aquesta mancança es tradueix a la llarga en una activitat de formació deficient, en la falta d'oportunitats per als investigadors joves i en la pèrdua de sinèrgies entre investigadors o investigadores amb experiència.

La manca de treball en equip també es tradueix en un accés molt limitat als recursos del sistema de finançament de la recerca (projectes de recerca, beques per a formació d'investigadors, grups consolidats de recerca, beques per a estades a l'estranger, promoció de xarxes, programes de mobilitat i cooperació, etc.), uns programes cada vegada més orientats al finançament de grups i xarxes d'investigació que no pas al finançament d'activitats individuals il·lustrades.

3.3.1.3. Proliferació de línies. Dispersió d'objectes de recerca

Un tercer punt feble de la recerca en comunicació és la proliferació de línies i activitats de recerca sense connexió, sense progressió en l'experiència de mètodes i, en definitiva, amb poca acumulació de coneixements. Molts temes, moltes recerques, poques línies de progrés. Això es manifesta en l'anàlisi de les tesis doctorals dutes a terme a les universitats catalanes, en les quals es manifesta una gran multiplicitat de temes sense connexió i amb metodologies diferents. La gran majoria de tesis es concentra en el que podríem anomenar anàlisi de casos (tesis sobre «retòrica i contingut de la informació» i sobre «estratègies i rutines de producció»; vegeu el quadre 4), amb molt poques tesis de caràcter teòric o amb aportacions metodològiques.

9. Enquesta qualitativa a experts sobre recerca en comunicació, a Josep Maria Casasús (coord.) (2005).

3.3.1.4. Nombre reduït de projectes de recerca (R+D+I) sobre comunicació

El Pla de Recerca de Catalunya, com veurem, no esmenta específicament la «comunicació». Per la seva banda, els programes del Pla Nacional de R+D+I 2004-2007 del Ministeri d'Educació i Ciència (MEC)¹⁰ recullen dues àrees d'interès per a la comunicació: el Programa Nacional de Ciències Socials, Econòmiques i Jurídiques, i el Programa Nacional d'Humanitats. Entre les vint-i-dues línies prioritàries d'aquest darrer programa apareixen dues línies directament relacionades amb la comunicació, «Estudi de les tècniques comunicatives» (àrea 01.16) i «Comunicació interpersonal, de masses i institucional» (àrea 01.14), així com una línia molt relacionada amb els estudis de comunicació, «Identitats culturals, multiculturalisme i efectes de la globalització en la cultura» (àrea 01.03). El Programa Nacional de Ciències Socials, Econòmiques i Jurídiques esmenta la comunicació com una de les «disciplines» de l'àrea, però, finalment, sorprèn que no inclogui cap referència explícita a la comunicació entre els objectius específics.

Hem d'assenyalar que el Pla no inclou referències explícites a cap dels grans temes de la comunicació moderna: Internet, regulació i continguts de la ràdio i de la televisió, estudis d'opinió pública i desenvolupament de la comunicació en la democràcia moderna, economia dels mitjans de comunicació, etc. Podem concloure que la política científica relativa a la comunicació reclama una redefinició dels objectius, en el marc de les ciències socials i les humanitats, però amb línies i temàtiques prioritàries predefinides.

3.3.1.5. Presència i projecció internacional reduïdes

Entre els punts dèbils, probablement com a conseqüència dels anteriors, destaca la poca presència i projecció internacional de la gran massa crítica d'experts que tenen els estudis de comunicació a Catalunya. Vegem-ne algunes dades.

Segons l'esmentat *Report* de l'IEC,¹¹ analitzades les referències a *communication* de les quaranta-quatre principals publicacions internacionals (bàsicament de domini anglosaxó, indexades pel *Social Sciences Citation Index*), entre el 1996 i el 2002 apareixen sis citacions referides a autors catalans, per un total de cinquanta citacions d'articles d'autors espanyols. Es fa referència únicament al primer signant de cada article.

Repetida aquesta mateixa cerca respecte de l'any 2004, hem pogut identificar sis autors del País Valencià, cinc autors de Catalunya i onze d'Espanya. Setze d'aquests autors pertanyen a facultats o departaments no especialitzats en ciències de la comunicació (vegeu el quadre 2).

És cert que aquestes bases de dades recullen exclusivament publicacions en revistes científiques i acadèmiques del món anglosaxó, la qual cosa constitueix, per ella mateixa, una de

10. Objectius prioritaris: <http://www.mec.es/ciencia/ayudaid/files/ObjetivosPrioritarios.pdf>.

11. Vegeu Casasús (2005), p. 49.

les grans llacunes de la metodologia d'avaluació en matèria de la recerca en lletres. Però en el cas de les ciències de la comunicació aquesta limitada presència i projecció internacional també es manifesta, encara que no amb el mateix grau, en el cas de la participació en revistes especialitzades en castellà i publicades a l'Amèrica Llatina. Analitzades cinc revistes llatinoamericanes, entre les considerades de referència acadèmica, en el període del 2003 al 2004 hem pogut identificar únicament tretze articles d'autors dels Països Catalans (vegeu el quadre 6).

Pel que fa a la presència d'autors o autores catalans a les revistes espanyoles considerades de referència acadèmica, analitzats els articles d'una selecció de set d'aquestes revistes, en el període del 2003 al 2004 (estudi tancat l'abril del 2005), hem identificat un total de cinquanta-un articles d'autors catalans, xifra que representa una participació del 13,3 %, més aviat moderada (vegeu el quadre 6).

Aquesta no projecció internacional sol atribuir-se al desinterès d'organismes i editorials per tot allò que és local o que no interessa directament als programes de recerca dels nuclis científics anglosaxons. Fent autocrítica, i sense negar aquesta influència, hem de reconèixer que el caràcter local de l'objecte d'estudi no és pas incompatible amb aportacions de caràcter teòric d'interès internacional i, encara menys, amb l'interès dels estudis comparats. Ben al contrari, la recerca sobre els fenòmens locals pot facilitar la participació internacional dels experts catalans. De fet, la participació d'experts catalans en publicacions i recerques internacionals es relaciona amb l'aportació de l'experiència catalana al tema d'estudi. Aquest és el cas, per exemple, de les recerques sobre les migracions, les polítiques de comunicació, la ficció televisiva, els estudis de gènere i la comunicació local.

Si fem autocrítica, també ens hauríem de preguntar si és possible dur a terme una bona activitat de recerca d'interès local, amb impacte social, de proximitat, sense aconseguir cap impacte en la circulació de coneixements científics (ponències, publicacions) a escala internacional. En tot cas, hauríem d'acceptar que es tractaria d'aportacions incompletes, en el sentit que no contribuirien al sistema general de coneixement.

3.3.2. Els punts forts

Pel que fa als punts forts, podem destacar l'existència d'estudis de comunicació a les dotze universitats catalanes, públiques i privades, que ofereixen un total de vint-i-vuit llicenciatures i, com a conseqüència, la disponibilitat d'un gran nombre d'experts en situació laboral i dedicació a les tasques universitàries.

En el si d'aquestes universitats, per iniciativa del professorat, han anat sorgint un important nombre de grups de recerca, instituts, seminaris i laboratoris que constitueixen una base fonamental per al desenvolupament d'una recerca de qualitat.

Pel que fa als continguts, es disposa, sobretot, d'un nivell satisfactori de coneixements sobre el mateix sistema de comunicació, tant pel que fa a temes d'història com a temes d'estructura i

polítiques de mitjans de comunicació. Un exemple d'aquestes aportacions el trobem en l'obra col·lectiva que representa l'*Informe de la comunicació a Catalunya* de l'InCom-UAB,¹² amb la contribució de prop de quaranta autors.

També representa un punt fort l'existència d'institucions públiques com ara el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), amb una forta implicació en la recerca, que elabora informes i diverses publicacions,¹³ moltes en col·laboració amb experts universitaris, i que ofereix premis i programes d'ajut a la recerca en matèria audiovisual.

Catalunya també disposa d'un bon nivell associatiu, amb institucions com ara la Societat Catalana de Comunicació (SCC), filial de l'IEC, i de col·legis professionals implicats en tasques relacionades amb la recerca i la difusió de coneixements sobre la comunicació: especialment el Col·legi de Periodistes i el Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya.

Finalment, cal esmentar l'existència de diverses revistes universitàries i de caràcter professional d'interès per a la recerca; entre d'altres, *Anàlisi* (Universitat Autònoma de Barcelona, UAB), *Trípodos* (Universitat Ramon Llull, URL), *Formats* (Universitat Pompeu Fabra, UPF), *Treballs de Comunicació* (SCC-IEC), *Capçalera* (Col·legi de Periodistes) i *Comunicació21*.

4. Els reptes estratègics dels estudis de comunicació a Catalunya

4.1. La comunicació hauria de ser una prioritat del Pla de Recerca de Catalunya

El Pla de Recerca de Catalunya s'estructura en cinc àrees temàtiques: recerca biomèdica i en ciències de la salut, recerca en enginyeries TIC, recerca en ciència i tecnologia agroalimentària, recerca en sostenibilitat i medi ambient, i, finalment, recerca en desenvolupament social i cultural. Paral·lelament, aquest Pla es proposa reforçar els àmbits sectorials amb un contingut tecnològic elevat: aeroespacial, biotecnologia, indústria farmacèutica, alimentació de segona generació, indústria d'energies renovables.

En aquesta ponència no es discuteix la importància de la recerca en les quatre primeres àrees, però sí la insuficiència del desenvolupament programàtic de l'àrea denominada «recerca en desenvolupament social i cultural», que es descriu de la manera següent: «Inclou diversos camps de les ciències socials i de les humanitats, com ara l'economia, la demografia, l'arqueologia i la història de Catalunya. Molts són interdisciplinaris, com ara el patrimoni cultural, el mul-

12. Tercera edició publicada el juny de 2005. Vegeu Maria COROMINAS, Miquel de MORAGAS i Josep Àngel GUIMERA (ed.) (2005), *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004* (en línia), Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona i València, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra i Universitat de València, <<http://www.portalcomunicacio.com/informe>>.

13. <http://www.audiovisualcat.net/>.

tilingüisme, la paleontologia, el turisme, la recerca en polítiques públiques, la recerca educativa, la multiculturalitat i la governança».¹⁴

Aquesta descripció, més aviat una suma d'exemples, ignora (no esmenta) la comunicació (tampoc no esmenta la filosofia, ni l'antropologia, ni la psicologia). Considerem, no obstant això, que en la societat moderna aquesta referència a la comunicació hauria de ser inqüestionable, tractant-se com es tracta de desenvolupament social i cultural, i de les conseqüències d'ordre divers (polítiques, culturals, socials, lingüístiques) que aquesta recerca pot significar (vegeu l'apartat 6 d'aquesta ponència).

4.2. Mesures de política científica per millorar la recerca en comunicació

Per millorar la recerca en comunicació a Catalunya proposem una selecció de sis mesures principals, que exposem tot seguit.

Primera mesura: coordinació interuniversitària

Els darrers anys hem assistit a un gran creixement quantitatiu, però també descoordinat, dels estudis de comunicació a Catalunya. Aquest creixement s'ha fet amb la contrapartida de desfer equips ja existents i s'ha empobrit, així, la recerca de qualitat. La primera mesura que caldria emprendre és la coordinació d'aquestes iniciatives amb una nova política interuniversitària.

Aquesta coordinació podria plantejar tasques comunes en terrenys bàsics de l'activitat acadèmica i crear, amb aquesta finalitat, noves plataformes interuniversitàries: producció de continguts educatius específics (llibres de text, documents en línia), difusió nacional i internacional de coneixements (revistes), doctorat i formació de postgrau de qualitat.

Segona mesura: cooperar amb les institucions de comunicació

La segona mesura que caldria emprendre és la coordinació entre els grups de recerca de les universitats catalanes i les principals institucions de comunicació del país. Això vol dir, principalment, relacions amb la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA, abans CCRTV) i amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Aquestes institucions, per complir la seva missió (control de la programació, experimentació de nous formats, coneixement dels canvis en la demanda de televisió, innovacions tècniques,

14. *Pla de Recerca i Innovació de Catalunya 2005-2008* (2005) (en línia), Barcelona, Generalitat de Catalunya, Consell Interdepartamental de Recerca i Innovació Tecnològica (CIRIT), p. 46, <<http://www10.gencat.cat/pricatalunya/recursos/PRI-llarg-CAT-2005-06-06.pdf>>.

etc.), necessitaran disposar d'importants recursos de recerca. Quin model es proposen seguir? El de la creació de noves estructures de recerca pròpies? El de l'externalització de la recerca a algunes de les grans consultories, o el recurs a grups consolidats del sistema científic del país, a les universitats? Al meu entendre, aquesta tercera opció representa l'aposta més sostenible, ja que crea sinergies entre el sistema científic i el sistema de comunicació.

Aquesta coordinació s'hauria de fer extensiva als col·legis professionals (Col·legi de Periodistes de Catalunya,¹⁵ Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya¹⁶), sobretot pel que fa a la tasca de difusió de coneixements i a l'intercanvi d'experiències entre la recerca i la pràctica professional. La Societat Catalana de Comunicació, filial de l'Institut d'Estudis Catalans, pot ocupar un lloc important en la tasca de coordinació.

Tercera mesura: plantejar la recerca d'una manera interdisciplinària

La tercera mesura que caldria emprendre és la promoció d'estudis i enfocaments interdisciplinaris, més enllà del marc estricte de les ciències de la comunicació. Hem començat aquesta ponència fent referència a la necessitat de comprendre la comunicació com un fenomen que reclama l'atenció de les diverses ciències socials. Això s'ha de concretar en programes interdisciplinaris de recerca per trencar l'aïllament que hi ha entre els experts en comunicació que actuen en centres especialitzats i els investigadors de les diverses ciències socials, interessats també en la comunicació, que actuen en altres centres.

Quarta mesura: treball en equip i foment de grups de recerca consolidats

Caldria corregir la tendència general de confondre recerca social amb recerca individual i fomentar la creació de grups de recerca capaços de desenvolupar programes de R+D+I.

El Pla de Recerca a Catalunya busca autonomia per definir les seves prioritats i programes, però, al mateix temps, assenjala la importància de la participació dels investigadors catalans en el gran fons de recursos de què disposen els programes de recerca de la UE i d'Espanya.¹⁷ Per això és tan important la creació d'equips competitius a escala internacional, que obtinguin beneficis d'aquests programes i participin en xarxes d'experts a escala mundial.

En el període del 2001 al 2004 hi havia a Catalunya únicament dos grups consolidats de recerca reconeguts per la Generalitat i dirigits per professors de les facultats de comunicació. Paral·lela-

15. <http://www.colpublirp.com/presentacio.htm>.

16. <http://www.colpublirp.com/presentacio.htm>.

17. Ens referim al sisè programa marc de recerca de la Unió Europea 2002-2006 (http://europa.eu.int/comm/research/fp6/documents_en.html#fp6). I també al Pla Nacional d'Investigació Científica, Desenvolupament i Innovació Tecnològica 2004-2007 (http://www.mec.es/ciencia/jsp/plantilla.jsp?area=plan_idi&id=2).

ment, el nombre d'investigadors o investigadores dels Països Catalans que dirigeixen projectes de recerca del Ministeri d'Educació i Ciència estava per sobre de la mitjana del programa, amb catorze projectes d'un total de vint-i-quatre de dedicats a la comunicació a tot Espanya.

La quarta mesura hauria de consistir, doncs, a incrementar aquest nombre de grups, en primer lloc emergents i després consolidats, perquè poguessin participar en els projectes de R+D+I a Espanya i a la Unió Europea.¹⁸

Cinquena mesura: nous intercanvis entre la recerca comercial i la recerca acadèmica

Hi ha una gran divisió, una distància excessiva, entre la recerca acadèmica i la recerca comercial (aplicada), especialment sobre usos i audiències de la comunicació. L'aproximació entre aquests dos mons de la recerca seria beneficiosa per a totes dues parts. La recerca aplicada es veuria beneficiada per l'aportació de mètodes innovadors, per la interpretació contextualitzada dels resultats i, finalment, per una nova garantia d'independència.

La recerca acadèmica, per la seva banda, es veuria beneficiada per l'obtenció de dades fonamentals per a la interpretació de la realitat comunicativa i això introduiria noves perspectives en la recerca quantitativa.

En aquest sentit, ens hem de felicitar per la creació del projecte *Baròmetre de la comunicació i la cultura*,¹⁹ constituït recentment (abril del 2005) i que es proposa una anàlisi continuada del mercat dels mitjans de comunicació i de la indústria cultural als Països Catalans. Els resultats del *Baròmetre*, que s'obtidran d'una gran enquesta de gairebé quaranta mil entrevistes anuals, no solament s'adaptarà millor que les fonts estadístiques actuals a l'espai català de cultura i comunicació, sinó que també respondrà millor als problemes socials i humans de les audiències, no relatius, exclusivament, al coneixement de les seves pràctiques de consum.

Sisena mesura: participació dels experts catalans en els programes i els circuits de difusió científica

Ja hem vist que la participació de grups d'investigació catalans en programes de recerca i en circuits internacionals de difusió de coneixements és molt limitada. La política científica hauria de corregir aquesta llacuna. Per aconseguir-ho també serà bàsica la participació dels investigadors catalans en els circuits de difusió de coneixements a través dels congressos i de les grans revistes especialitzades internacionals.

18. No disposem de dades sobre la participació d'experts catalans en projectes de comunicació dels programes de recerca europeus, però estimem que es tracta d'una participació mínima.

19. <http://www.escacc.org/ca/empresa/barometre.html>.

Considero una qüestió estratègica revisar i ampliar la participació catalana en les grans associacions internacionals de comunicació. Tot i haver organitzat dos congressos (Barcelona 1988 i Barcelona 2002) i d'haver tingut com a president un investigador català, el doctor Manuel Parés i Maicas, la participació catalana a l'AIERI/IAMCR (International Association for Media and Communication Research) és avui mínima; no hi ha cap investigador català que formi part del seu Consell Internacional ni dels nuclis directius de les seves seccions.

La participació catalana és encara menys visible en altres associacions internacionals d'investigadors, com ara la International Communication Association (ICA)²⁰ i l'European Communication Association (ECA).²¹

Finalment, caldria proposar l'enfortiment de la col·laboració amb les grans associacions llatinoamericanes (ALAIIC i Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, FELAFACS), d'una manera coordinada entre totes les universitats catalanes, aprofitant els contactes iniciats als anys vuitanta des de la UAB.

5. Per una nova agenda de la recerca en comunicació a Catalunya

Una de les funcions principals de la recerca en comunicació, encara més en la fase actual de ràpida transformació dels mitjans de comunicació, és fer prospectiva, avançar-se als canvis, interpretar la comunicació a partir de models dinàmics. Per fer-ho, serà necessari abandonar l'atenció, avui massa exclusiva, en l'anàlisi de casos i recórrer a una interpretació més teòrica. Proposo, en aquest sentit, considerar les prioritats següents per a la recerca en comunicació a Catalunya.

5.1. Revisió teòrica. La importància dels nous paradigmes

La renovació dels paradigmes de la comunicació és una qüestió teòrica clau per interpretar la comunicació a l'era telemàtica, marcada fortament pels canvis derivats de la irrupció d'Internet i de la banda ampla.

Els paradigmes (recordant Moles) hauran d'interpretar la nova «ecologia de la comunicació», les convergències que tenen lloc entre els seus diversos factors, els canvis en la direccionalitat del procés, l'aparició de noves «centralitats» (com ara la que correspon a la producció de continguts), les noves formes de mediació (portals, mitjans de referència, fonts anònimes). I tot això, amb models dinàmics que permetin la comprensió dels canvis que s'aniran succeint.

20. <http://www.icaheadq.org/>.

21. <http://www.ecanet.org/>.

5.2. De la comunicació mediàtica a la comunicació humana. La interdisciplinarietat

Una de les causes de la pobresa teòrica de les actuals ciències de la comunicació és, precisament, l'excés d'atenció mediàtica. Aquest plantejament ha allunyat els estudis de comunicació del nucli de la qüestió, que no és cap altre que la condició humana. Jesús Martín Barbero ha estat un dels primers a cridar l'atenció sobre la necessitat d'aquest canvi d'enfocament: «dels mitjans a les mediacions».

Per superar aquesta situació, la recerca en comunicació hauria de plantejar-se en termes interdisciplinaris. D'una banda, reclamant el concurs de disciplines com ara l'antropologia, la sociologia i la psicologia per entendre els aspectes culturals de la comunicació, i, de l'altra, reclamant l'aportació de disciplines com ara l'economia, el dret i la ciència política per entendre un altre aspecte fonamental de la comunicació: l'estructura dels mitjans.

5.3. Les convergències entre els estudis de comunicació i els estudis culturals

Els darrers anys els avenços teòrics en el camp de la comunicació han vingut més de les aportacions dels estudis culturals que no pas de la mateixa agenda de la *mass communication research*. Els moderns estudis culturals han sabut abandonar l'antic aïllament entre disciplines, integrant els coneixements de l'antropologia (recordant Lévy-Strauss), la semiòtica (recordant Barthes) i la sociologia (recordant Bourdieu). La interdisciplinarietat forma part de la metodologia i de la formació dels estudiosos de la cultura.

Els estudis de comunicació haurien de seguir la mateixa línia. Només així podran fer front, amb rigor, als grans reptes que els planteja l'actual «esperit del temps». Esmentem, únicament, tres reptes d'una gran transcendència social: la integració cultural dels moviments socials (immigració), la identitat cultural i lingüística, i la interpretació del paper de la informació en les democràcies modernes.

5.4. Interpretar la comunicació a Catalunya en el context de la globalització

L'any 2005 coincideixen la celebració del vint-i-cinquè aniversari de l'Informe MacBride i la clausura de la Cimera Mundial de la Societat de la Informació.²² Disposem ja de prou evidències per afirmar que, en la societat de la informació, els mitjans de comunicació, les TIC, són factors centrals, tant de la política de desenvolupament tecnològic i econòmic com de la identitat cultural.

22. Vegeu el número extraordinari de *Quaderns del CAC*: Miquel de MORAGAS, Isabel FERNÁNDEZ ALONSO, Mercè Díez i Martín BECERRA (coord.) (2005), *Quaderns del CAC* (en línia) (Barcelona, CAC, InCom-UAB), núm. 21 (gener-abril 2005), *XXV aniversari de l'Informe MacBride: Comunicació internacional i polítiques de comunicació*, 162 p. <http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q21.pdf>.

Aquesta situació planteja un repte molt especial per a Catalunya i per a la recerca en comunicació: saber trobar el lloc que correspon a les experiències de caràcter local i nacional en el context de la globalització. En aquest sentit, la recerca sobre comunicació a Catalunya pot convertir-se en temàtica d'interès mundial. Només dos exemples: l'anàlisi de la viabilitat de la televisió pública catalana i l'anàlisi de les experiències de televisió local, per la seva singularitat, podrien esdevenir casos d'interès per a moltes altres experiències de comunicació internacional, tant del sud com del nord.

L'experiència local s'haurà de deixar d'interpretar com una barrera per a la projecció dels estudis de comunicació a escala mundial.

6. Alguns arguments sobre la importància social de la recerca en comunicació

Al final d'aquesta ponència s'escau recordar una cosa que possiblement s'hauria hagut d'assenyalar des del començament: l'interès social de la recerca en comunicació. De fet, crec que avui dia, condicionats com estem pels factors mediàtics, ningú no dubta d'aquest interès.

Concretament, podem assenyalar que la recerca en comunicació és a la base de quatre polítiques fonamentals de la societat catalana actual: la política de comunicació, la política cultural, la política educativa i la política de benestar social.

La política de comunicació ha de resoldre problemes d'una gran transcendència, com ara la reforma del sistema audiovisual, la necessitat de trobar noves formes no governamentals de gestió de la comunicació pública i les polítiques per desenvolupar els mitjans de comunicació en llengua catalana. La recerca en comunicació ens ha d'aportar coneixements sobre la viabilitat de l'espai català de comunicació, indispensable per establir totes aquestes polítiques.

Per la seva banda, la política cultural, cada vegada més implicada en les polítiques de comunicació, reclama la recerca per interpretar les noves formes culturals (l'esperit del temps) de la nostra època i també coneixements estratègics per desenvolupar una indústria cultural pròpia. La recerca en comunicació és indispensable per planificar les activitats culturals. El Fòrum Universal de les Cultures Barcelona 2004 va posar ben clarament de manifest les conseqüències de no comprendre la complexitat dels aspectes comunicatius dels projectes culturals.

La política educativa s'observa cada vegada més interessada en la dimensió comunicativa, tant pel que fa als efectes de l'ús dels mitjans de comunicació fora de l'escola com pel que fa a l'ús de les tecnologies de la comunicació en l'aprenentatge.

Finalment, la política de benestar social ha de recórrer a la recerca en comunicació per interpretar els efectes socials i culturals de la implantació de les TIC, amb tot el que això representa.

Abans d'acabar considero pertinent assenyalar encara uns altres tres aspectes que entenc rellevants de la contribució dels estudis sobre comunicació a la societat catalana:

1. La recerca en comunicació té un paper important en la transmissió de la imatge de Catalunya en l'àmbit mediàtic internacional. Per fer-ho, hauríem de multiplicar la presència catalana en els organismes i els recursos acadèmics de difusió internacional.

2. La recerca en comunicació té un paper clau en les nostres societats: la crítica als mitjans de comunicació. Aquests mitjans tenen com a missió democràtica, ben reconeguda, la crítica de la funció pública, però també han de ser objecte, al seu torn, de crítica democràtica. A la recerca en comunicació li correspon aquesta funció de posar al descobert els interessos (polítics i econòmics) que condicionen la seva programació.

3. Al final, però no en darrer terme, la recerca en comunicació té una altra important funció social: la formació dels futurs professionals de la comunicació, professionals amb una base sòlida i sostenible, és a dir, amb una bona base teòrica.

7. Quadres estadístics annexos

QUADRE 1

Tesis sobre comunicació a les universitats de Catalunya (1996-2003)

<i>Any</i>	<i>1996</i>	<i>1997</i>	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>Total</i>
<i>Nombre</i>	20	21	13	18	15	16	23	26	152

Tesis sobre comunicació a les universitats de Catalunya (2002 i 2003) per facultats i departaments

<i>Universitat</i>	<i>Departament</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>Total</i>
UAB	Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat (CAP)	11	12	23
	Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació	4	8	12
UPF	Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual	5	3	8
	Institut Universitari de Lingüística Aplicada (IULA)	0	2	2
	Departament de Ciències Polítiques i Socials (CPIS)	0	1	1
URL	Departament de Comunicació	3	0	3
<i>Total tesis</i>		23	26	49

FONT: CASASÚS (2005), *Reports*, IEC, i Marta CIVIL (2005), «Estudis universitaris», en el llibre citat en la nota 12, p. 343-346.

QUADRE 2

Autors o autores d'articles en revistes internacionals de «comunicació» (1996-2005)²³

<i>Autors de Catalunya</i>	13	<i>Autors d'Espanya</i>	16	<i>Total</i>	29
<i>Autors de facultats i/o departaments de comunicació</i>	6	<i>Autors d'altres facultats i/o departaments</i>	23	<i>Total</i>	29

FONT: *Social Sciences Citation Index*.

QUADRE 3

*Projectes de recerca del Pla Nacional d'Investigació espanyol (trienni d'execució 2003-2005)
(Ciències socials)*

<i>Ciències socials</i>	144	<i>Realitzats en facultats de comunicació</i>	2 (1,3 %)
<i>Amb temàtica de comunicació</i>	4		

*Projectes de recerca del Pla Nacional d'Investigació espanyol (trienni d'execució 2004-2006)
(Humanitats i ciències socials)*

<i>Ciències socials</i>	376	<i>Humanitats</i>	274	<i>Total</i>	650	<i>Realitzats en facultats de comunicació</i>
Geografia	7	Filosofia	21			
Ciències polítiques	12	Art	27			
Sociologia	34	Història	95			
Educació	54	Filologia	131			
Economia	86					
Psicologia	74					
Jurisdicció	109					
<i>Amb temàtica de comunicació</i>	11	<i>Amb temàtica de comunicació</i>	10	<i>Amb temàtica de comunicació</i>	21 (3,2 %)	4 (0,6 %)

23. Anàlisi de les quaranta-quatre revistes (bàsicament de domini anglosaxó) indexades pel *Social Sciences Citation Index*. Es fa referència únicament al primer signant de cada article.

QUADRE 4

Temàtica de les tesis doctorals sobre comunicació a les universitats de Catalunya
(2002 i 2003)

<i>Per enfocament teòric o metodologia</i>	<i>Nombre</i>	<i>Per temes</i>	<i>Nombre</i>
Retòrica i contingut de la informació	16	Televisió	10
Estratègies i rutines de producció	17	Prensa	11
Estudis culturals, societat i mitjans de comunicació de masses	4	Educació	5
Polítiques de comunicació	4	Cinema	5
Estudis d'audiència	3	Ràdio	4
Història de la comunicació	3	Comunicació corporativa	3
Economia de la comunicació	2	Comunicació (no mitjans de comunicació de masses)	2
Teoria de la comunicació	0	Internet	2
<i>Total</i>	49	Telecomunicacions i tecnologies	2
		Publicitat	2
		Comunicació mèdica	1
		Altres	2
		<i>Total</i>	49
<i>Per àmbits de referència</i>			
<i>Amb àmbits explícits de referència</i>			
Amèrica Llatina	10		
Catalunya	12		
Espanya	7		
<i>Sense àmbit explícit de referència</i>	20		
<i>Total</i>	49		

FONT: Elaboració pròpia amb dades de Marta CIVIL (2005), «Recull de tesis doctorals llegides a Catalunya (2002-2003)», en el llibre citat a la nota 12, p. 343-346.

QUADRE 5
 Temàtica dels projectes de recerca de ciències socials i humanitats
 (2003-2005 i 2004-2006)

<i>Per teories i/o metodologies</i>	<i>Nombre</i>	<i>Per temes</i>	<i>Nombre</i>
Polítiques de comunicació	7	Altres	5
Retòrica i contingut de la informació	4	Internet	4
Sociologia (culturals, societat i mitjans de comunicació de masses)	4	Cinema	4
Documentació	4	Publicitat	3
Psicologia de la comunicació	3	Televisió	3
Estudis d'audiència	1	Telecomunicacions i tecnologies	2
Estratègies i rutines de producció	1	Comunicació mèdica	2
Història de la comunicació	0	Educació	1
Economia de la comunicació	0	Ràdio	0
Teoria de la comunicació	0	Premsa	0
		Comunicació corporativa	0
		Comunicació interpersonal (no mitjans de comunicació de masses)	0
<i>Total</i>	24	<i>Total</i>	24

QUADRE 6
*Articles d'autors/es catalans en revistes llatinoamericanes
(2003-2004)*

<i>Revistes considerades</i>	<i>Articles d'autors/es d'universitats catalanes</i>	<i>% respecte del total d'articles</i>
<i>Chasqui</i> (Quito) <i>Comunicación y Sociedad</i> (Guadalajara) ²⁴ <i>Diálogos de la Comunicación</i> (FELAFACS) ²⁵ <i>Signo y Pensamiento</i> (Bogotà) <i>Razón y Palabra</i> (en línia)	13	2,8

*Articles d'autors/es catalans en revistes espanyoles
(2003-2004)*

<i>Revistes considerades</i>	<i>Articles d'autors/es d'universitats catalanes</i>	<i>% respecte del total d'articles</i>
<i>Ámbitos</i> (Universitat de Sevilla) <i>Comunicación y Sociedad</i> (Universitat de Navarra) <i>CIC</i> (Universitat Complutense de Madrid) <i>Telos</i> (Fundación Telefónica) <i>Zer</i> (Universitat del País Basc) <i>Sphera Publica</i> (Universitat Catòlica de San Antonio, Múrcia) <i>Revista Latina de Comunicación Social</i> (Universitat de La Laguna)	51	13,3

24. Consultat únicament núm. gener-juny 2004.

25. Consultat únicament núm. 68 (desembre 2003).