

Avaluació del fons de publicacions periòdiques de la Biblioteca de Ciències de la Comunicació UAB

M^a Antònia Galceran
Juan Morer

RESUM: *Es descriu el procés emprat per a l'avaluació del fons i s'especifica el tipus d'avaluació realitzada. Es presenten les conclusions i les recomanacions d'accions futures. Finalment es completa amb la descripció de les decisions preses a partir de les recomanacions.*

El treball que us presentem a continuació va ser redactat l'octubre de 1995 fruit d'una preocupació que hem tingut sempre els que hem treballat per a la Biblioteca de Ciències de la Comunicació, tant els professors coordinadors com el personal bibliotecari.

Aconseguir un fons documental específic i nou en les noves tendències de la investigació de les ciències de la comunicació és del tot imprescindible si es pretén tenir una bona biblioteca especialitzada en aquesta àrea de coneixement. Comparar el nostre fons de publicacions periòdiques amb els catàlegs i les llistes bibliogràfiques d'altres centres documentals similars al nostre ha estat una tasca que s'ha anat fent periòdicament.

Sempre ens ha preocupat tenir el fons documental actualitzat i nodrit dels nous corrents intel·lectuals, ja que si aquest fet és important en les monografies, encara ho és més en les publicacions periòdiques, on es recullen les recerques més actualitzades.

Com podreu comprovar, no és un treball complet, es podria fer molt més, però el temps i la feina diària ens impedeixen continuar-lo de moment. Tanmateix ens ha servit, tal com podreu veure a les conclusions, per a decidir noves subscripcions per a la biblioteca, per a confirmar que tenim un bon nivell de publicacions acadèmiques i que hem d'ampliar el fons amb títols que tracten les noves tecnologies de la informació i d'altres temes demanats pels usuaris. Hem pogut concloure, també, que la biblioteca ha de realitzar un esforç per tal de donar a conèixer el fons i promoure'n l'ús extensiu.

Avaluació del fons

OBJECTIU DE L'AVALUACIÓ

L'objectiu del treball d'avaluació del fons de publicacions periòdiques de la biblioteca és conèixer l'adequació de la nostra col·lecció als estàndards de qualitat que es poden exigir a una biblioteca especialitzada en ciències de la comunicació. La definició dels estàndards ens permet tenir una eina de valoració i comparació. L'aplicació d'aquesta eina ens donarà a conèixer el grau de qualitat del fons.

Les conclusions de l'estudi ens indicaran el lloc que ocupa la col·lecció dins d'aquest estàndard i ens podran facilitar la presa de decisions en el moment d'escollir títols per a noves subscripcions, compres o cancel·lacions.

PER QUÈ AVALUAR?

Es fa l'avaluació per la necessitat de conèixer la qualitat del fons actual i el seu desenvolupament, i per la necessitat de tenir una guia per tal d'evitar el creixement aleatori de la col·lecció, que es pot produir davant l'increment del nombre de publicacions periòdiques que s'editen en el camp de ciències de la comunicació.

Des de l'any de creació de la Biblioteca s'han realitzat comparacions parcials del seu fons amb el d'altres centres d'investigació i bibliografies per tal d'assegurar un bon nivell de qualitat i aconseguir un creixement d'acord amb les línies d'investigació en les matèries de la Facultat. L'absència d'un estudi de les necessitats i la manca de formulació dels objectius de la col·lecció provoca un acte de selecció conservador, és a dir, se solucionen mancances però no es poden preveure les necessitats d'informació i especialització. Aquest i posteriors estudis d'avaluació ens permetran assegurar la qualitat del fons.

FONS ACTUAL

El fons actual és producte d'uns criteris de selecció, mai no escrits, dictats per l'adequació entre necessitats i disponibilitats, i l'equilibri en la representació dels diferents camps d'interès i el creixement del nombre de volums.

La selecció de noves subscripcions sempre ha estat fruit de l'acord entre la biblioteca i la Facultat, mitjançant el coordinador o, des del 1990, la Comissió de la Biblioteca, en la formació de la qual entren els representants dels departaments. La selecció de títols es fa a partir de les peticions de professors i de la informació de novetats que la biblioteca recull al llarg de l'any. Es prepara una llista acompanyada amb tota la documentació disponible d'aquests títols i es presenta a la sessió que la Comissió convoca especialment per a decidir les altes de subscripcions. La biblioteca pot influir en el desenvolupament equilibrat de la col·lecció perquè el pagament de les subscripcions no el fan els departaments sinó la Facultat amb una part del pressupost destinat a la biblioteca.

Al moment d'elaboració d'aquest estudi, el fons de publicacions periòdiques (fig. 1) consta de 1.074 títols, 495 dels quals corresponen a títols vius, i 579 a títols morts. El grup de títols vius està format per 258 subscripcions, 175 donatius i 62 intercanvis. El grup de títols morts està format pels títols que s'han donat de baixa perquè s'han deixat d'editar, donatius i compres puntuals; també es troben en aquest grup els 102 títols antics d'aquelles revistes que han canviat de nom i que es reben actualment. Considerant aquests canvis de nom d'una mateixa publicació periòdica, els títols vius representen el 50,9% de la col·lecció.

Repartició del fons de revistes

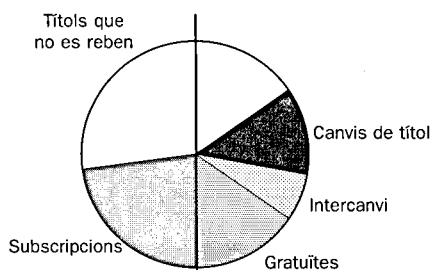


fig. 1

Per al període 1989-1994, el nombre de noves subscripcions s'ha mantingut en un percentatge d'increment continu: val a dir que el percentatge d'inc-

ment de subscripcions decreix a mesura que la col·lecció augmenta. En aquest mateix període, la despesa s'ha incrementat un 155%; aquest percentatge se separa cada vegada més del de subscripcions. El manteniment de la despesa no hauria estat possible sense l'ajut que rebem amb la partida pressupostària d'inversions centralitzades. Aquest és un pressupost creat pel Rectorat de la nostra universitat amb l'objectiu d'assegurar la continuïtat de les subscripcions més importants de cada facultat. S'assegura aquesta continuïtat alliberant els departaments i les facultats de la despesa que feien en aquestes subscripcions.

criteris d'avaluació

LA QUALITAT

L'avaluació de la qualitat de la col·lecció de publicacions periòdiques ha d'incloure estudis parcials tocant a l'especialització del fons i a les diferents necessitats dels usuaris. La qualitat és un concepte global i no es pot deduir de l'anàlisi d'una sola de les necessitats. La comparació amb índex d'impacte o amb llistes estàndards de títols ens proporcionarà el grau d'adequació a les necessitats de la investigació científica en ciències de la comunicació, mentre que l'estudi fet a partir de l'ús de la col·lecció ens proporcionarà dades que ens parlen de les necessitats locals. La biblioteca ha de disposar dels títols que la comunitat científica considera imprescindibles, títols que estudien el nostre entorn cultural i títols que serveixen com a suport als estudis de la Facultat.

Seria desitjable obtenir una avaluació objectiva, però ens trobem amb la subjectivitat de la noció de qualitat. Els criteris de qualitat provenen de criteris culturals, geogràfics, idiomàtics, etc., que canvien amb el temps, com canvien les línies d'investigació i els programes d'estudi. Una biblioteca especialitzada ha de reflectir aquests canvis i incorporar en el seu fons el dinamisme de la recerca en els seus camps d'especialització. Això implica conèixer les novetats i tenir present la necessitat de les cancel·lacions. Si aquestes no es realitzen, la col·lecció no podrà afirmar la seva qualitat perquè arrossegaria la necessitat de mantenir un fons obsolet. La qualitat s'assegura amb la coherència dels actes de selecció i cancel·lació.

AVALUACIÓ QUANTITATIVA/QUALITATIVA

Avaluar el fons és mesurar si s'adequa a allò que volem que sigui, és a dir, si compleix l'objectiu de la col·lecció. Una vegada definit l'objectiu de la col·lec-

ció, l'avaluació consisteix a contrastar la realitat amb l'objectiu. L'avaluació sorgeix del conjunt dels diferents estudis que podem aplicar a la col·lecció.

Els objectes d'estudi són:

Volum de la col·lecció. S'estudia la quantitat de volums que la componen; el nombre de subscripcions o títols que es reben; el nombre de volums per matèries i la relació entre volums i nombre d'usuaris.

Despeses. Es comptabilitzen totes les despeses d'adquisicions i enquadernacions per nombre de volums; s'estableix la relació entre les despeses i el nombre d'usuaris.

Títols recomanats. Es fa la comparació del fons amb llistes estàndards, bibliografies, catàlegs d'altres biblioteques i opinions d'experts.

Ús de la col·lecció. Es contrasta el nombre d'adquisicions amb el de les peticions; adequació del fons a les necessitats de l'usuari.

Disponibilitat. S'estudia la probabilitat que l'usuari trobi el que necessita; la raó de les cerques no satisfetes; la disponibilitat de matèries afins a altres biblioteques.

L'anàlisi qualitativa es crea a partir de la compilació estadística, de les opinions dels experts i de l'observació directa. Aquesta anàlisi sempre es basa en factors quantitius, que han d'incloure dades externes a la biblioteca i dades internes. És a dir, s'han de fer estudis quantitius de la producció, distribució i ús de la literatura especialitzada, i estudis d'ús i de desenvolupament de la pròpia col·lecció, com també de l'opinió dels usuaris.

Metodologia d'avaluació

Aquest estudi no fa una anàlisi de la col·lecció; es limita a realitzar una comparació amb llistes estàndards de títols i a contrastar-la amb les dades d'ús i del judici expert.

Les dades d'aquest estudi ens proporcionen resultats de l'estat actual de la col·lecció i no ens diuen res de la capacitat d'adaptació als nous camps oberts per a la recerca en ciències de la comunicació.

COMPARACIÓ AMB L'ESTÀNDARD

L'objectiu és tenir una llista de títols ordenada per nombre de citacions. El nombre de vegades que se cita un títol i el seu lloc en la llista, ens informarà de la seva difusió i importància dins el camp d'investigació de ciències de la comunicació.

La llista de referència ha de ser externa a la col·lecció avaluada i la primera

decisió que cal prendre, i que condiciona el resultat final, és definir l'origen de la provisió de les dades que crearan aquesta llista. Per a fer la comparació s'han de trobar bibliografies i catàlegs de biblioteques que corresponguin al model del nostre fons i, a la vegada, s'ha d'aconseguir la diversitat necessària per a fugir de la fàcil obtenció de la màxima coincidència amb el fons comparat. Una col·lecció de publicacions periòdiques assimilable a la nostra, només la trobem al territori espanyol. La diferència en el disseny dels estudis de ciències de la comunicació ens mostra la dificultat de trobar, a l'estranger, biblioteques que comparteixin l'amplitud de matèries que aplega el nostre fons.

CREACIÓ DE L'ESTÀNDARD

Per tal de crear la llista de títols hem escollit, a partir de la documentació recollida per la biblioteca, diferents biblioteques, centres d'investigació i bibliografies (cfr. annex 1). Com a bibliografies s'han fer servir 12 llistes extretes d'obres de referència, d'índexs i de buidats especialitzats. Es va demanar, amb una carta de presentació amb els objectius de l'estudi, a 28 biblioteques o centres d'investigació que ens enviessin el catàleg o una llista de títols del seu fons de publicacions periòdiques especialitzades. S'obtingueren 10 respostes positives (35,7 %). La diversitat de les respostes reflecteix la diversitat de les institucions, alguns centres no tenen biblioteca d'ús públic, no editen cap catàleg o no conserven un fons. Es van crear dues bases de dades, una per als títols de publicacions periòdiques que no tenim a la biblioteca i l'altra per als títols que tenim. Les bases de dades tenien un camp de títol i un altre camp amb el nom de la font d'informació. Es varen introduir tots els títols que apareixien a les llistes, creant un registre per cadascun d'ells encara que fos duplicat, triplicat o es cités n vegades. Va resultar un total de 4.114 registres (3.172 a la base de dades de no tenim i 942 a la de tenim). (Fig. 2)

BASES DE DADES	REGISTRES	REGISTRES	REGISTRES
títols que NO tenim	3.172	REVISIONS 3.085	PRELACIÓ 2.726
títols que Sí tenim	942	REVISIONS 936	PRELACIÓ 416
Totals	4.114	4.021	3.142

fig.2

Atesa la diversitat dels formats de les respostes que enviaren les diferents institucions es demostrà la necessitat de realitzar revisions de les bases de dades per tal d'unificar les entrades i es varen expurgar de traduccions de títols, de

diferents encapçalaments del mateix títol, de noms d'entitats i de referències. Fruit d'aquest treball, quedaren 4.021 registres (3.085 a la base de dades de no tenim i 936 registres a la de tenim). (Fig. 2)

La següent tasca va ser establir la prelación segons la freqüència de citacions. Fins ara, un mateix títol se citava n vegades, és a dir, tenia tants registres a la base de dades com vegades havia aparegut a les llistes de referència. La freqüència és l'indicador que agafem per a establir la prelación. Definim la prelación tal que $n1 > n2 > n3 > \dots > nm$, on $n1$ és la freqüència del títol més citat i nm la freqüència del títol menys citat. Arribats en aquest punt es va crear, a les bases de dades, un camp per a posar el nombre de vegades que sortia citat cada títol i s'esborraren els registres duplicats, triplicats, etc. Ara, el llistat es podia ordenar segons la freqüència de citacions ($n1, n2, \dots$). Amb aquesta agrupació quedaren 3.142 registres/títols (2.726 a la base de dades de no tenim i 416 a la de tenim). (Fig. 2)

Una de les possibilitats que ens ofereix aquest estudi de comparació és la de conèixer els títols de publicacions periòdiques més importants que manquen a la biblioteca i, per tant, facilitar-nos la presa de decisions al moment d'escollir els títols que volem incorporar al nostre fons. Si ens volem centrar en el nucli dels títols més importants hem de reduir les bases de dades i treballar amb els títols més citats, per tal de poder extreure conclusions útils per a la nostra biblioteca.

La reducció de les bases de dades va començar per la decisió de treure els títols que només se citaven una vegada. Són títols que serveixen per a les biblioteques que els citen perquè cobreixen necessitats locals o nacionals però que, en general, no interessen als altres centres i no transcendeixen a la comunitat científica. Amb aquesta decisió es va reduir un 86% les bases de dades (fig. 3) i restaren 237 títols que no tenim i 184 que tenim. Vàrem pensar que encara podríem reduir més les bases de dades atès que més de la meitat dels títols estaven citats dues vegades. Per tal d'assegurar que aquesta reducció no comportaria la pèrdua de títols significatius, traguérem una mostra aleatòria d'aquests títols i el resultat va confirmar la hipòtesi que la majoria de les publicacions no eren pertinents per a la nostra biblioteca. Restaven així 169 títols

BASES DE DADES	REGISTRES		REGISTRES		REGISTRES
títols que NO tenim	2.726	2 O MÉS CITACIONS	237	3 O MÉS CITACIONS	65
títols que SÍ tenim	416	2 O MÉS CITACIONS	184	3 O MÉS CITACIONS	104
Totals	3.142		421		169

fig.3

citats tres o més vegades que representen el nucli de les publicacions periòdiques més importants en ciències de la comunicació.

RESULTATS DE LA COMPARACIÓ AMB L'ESTÀNDARD

La Biblioteca té un 13,2% dels 3.142 títols de què consta la hipotètica col·lecció de publicacions periòdiques que hem creat amb la recollida de les dades, però aquesta dada no té significat dins de l'objectiu d'aquest estudi. Ja hem comentat la necessitat de reduir la llista i de trobar un límit de nombre de citacions per tal de poder treure'n conclusions més encertades i acostar els resultats a les possibilitats reals de fer noves subscripcions que té la biblioteca.

La reducció, fins als títols citats tres o més vegades, suposa realitzar la comparació amb 169 títols (*fig. 4*). Pot semblar una reducció dràstica però el resultat ens indica que hem arribat al nucli dels títols més importants ja que aquests 169 títols, encara que siguin el 5% dels títols de la base de dades inicial, representen el 19% dels títols citats a les fonts d'informació.

Nombre de citacions	TÍTOLS	Títols que NO tenim	Títols que SÍ tenim	Percentatge de títols que tenim
14	3	-	3	100%
13	1	-	1	100%
12	1	-	1	100%
11	2	-	2	100%
10	3	-	3	100%
9	1	-	1	100%
8	5	-	5	100%
7	11	2	9	81%
6	12	5	7	58%
5	13	6	7	53%
4	33	12	21	63%
3	84	40	44	52%
TOTALS	169	65	104	612

fig.4

El quadre està ordenat pel nombre de citacions. El màxim són 3 títols que han estat citats 14 vegades de les 22 llistes que hem fet servir. S'indiquen els títols que no tenim i els que tenim, com també el percentatge dels títols que tenim. Es pot observar que la biblioteca té el 100% dels 16 títols citats 8 o més vegades i el 61% del total de títols.

JUDICI EXPERT

Per a conèixer l'opinió dels especialistes en les matèries s'envià un qüestionari a vint professors de la Facultat, deu de cada departament. El qüestionari es componia d'una llista de 499 títols amb una escala d'1 fins a 6 que representaven valors de qualitat i coneixença d'aquests. Aquests valors eren: 1 = essencial ; 2 = important ; 3 = útil ; 4 = poc útil ; 5 = prescindible ; 6 = desconeguda. Acompanyava el qüestionari una carta de presentació de l'objectiu de l'estudi, i una altra explicant com omplir-lo, amb informació dels diferents valors i demanant que es fessin les observacions necessàries.

Encara que 20 qüestionaris són pocs en relació al nombre de professors de la Facultat, s'esperava obtenir uns resultats orientatius del grau de coneixença del fons i la possibilitat de poder establir una prelación de títols. La realitat demostrà que es rebé una baixa quantitat de qüestionaris i, alguns d'ells, incomplets. De totes maneres, encara que es va desestimar utilitzar-lo, perquè els resultats de l'enquesta no eren representatius, la biblioteca va recollir les dades i es va generar una llista ordenada pel grau d'importància que donaren als diferents títols.

ÚS ACTUAL

La finalitat de l'estudi de l'ús actual és conèixer com s'utilitza la col·lecció i obtenir dades objectives d'aquest ús. Ens permet deixar d'emprar criteris basats només en la percepció de l'ús del fons que tenen els responsables de la col·lecció i apropar-nos a la realitat de la biblioteca. Ens informa de les habituds dels usuaris i ens proporciona una idea de les seves necessitats. Volem remarcar que aquest estudi no recull les opinions dels usuaris i, per tant, no es pot fer servir aïlladament com una eina d'avaluació. L'estudi de l'ús de la col·lecció ens diu com els usuaris satisfan les seves necessitats amb el fons de què disposen, però no ens diu res de les necessitats no cobertes pel nostre fons ni del seu grau de satisfacció.

Amb aquest estudi obtenim dades que complementen les de la comparació amb l'estàndard. Recordem que els títols més importants, des d'un punt de vista acadèmic, o els més citats segons els estudis d'impacte, no acostumen a coincidir amb els títols més consultats o demanats pels usuaris dels centres d'informació. La llista de l'estàndard de títols que hem creat recull publicacions periòdiques que tenen un gran interès per a usuaris especialitzats, les dades de l'ús actual recullen les necessitats locals que no queden reflectides en aquella llista.

RECOLLIDA DE DADES

Per a fer l'estudi es recolliren les dades de mig any referents als títols de publicacions periòdiques consultats a la sala, la demanda de fotocòpies fetes pels departaments i les fetes des de préstec interbibliotecari.

Les dades de consulta a la sala de lectura s'obtingueren mitjançant la relació dels títols que, cada dia, el personal de la biblioteca recol·locava a les prestatgeries. Es comptaren 365 títols amb 11.257 consultes. (Cfr. annex 2)

En relació a la petició de fotocòpies, hem de dir que les dades recullen els encàrrecs fets pels professors al servei de fotocòpies de la biblioteca; es comptaren 118 títols amb 359 consultes. Les demandes de fotocòpies de préstec interbibliotecari arriben a 28 títols amb 59 consultes.

RESULTATS

Del còmput de la consulta a la sala de lectura, en resulta (fig. 5) una gran concentració de l'ús en pocs títols. El 47% de les consultes recau sobre 5 títols, que són de les matèries de publicitat i màrqueting de la nostra àrea geogràfica –*Anuncios, Campaña, IP Mark, Noticias de la comunicació, Control de publicidad y ventas*. La revista *Anuncios*, amb els seus suplementes, amb un 21% del total de les consultes, és la més consultada i se separa amb diferència de la resta de títols. S'explica aquesta consulta perquè aquesta publicació inclou les dades d'audiència dels mitjans de comunicació que fan servir els estudiants, en general, per als seus treballs de curs.

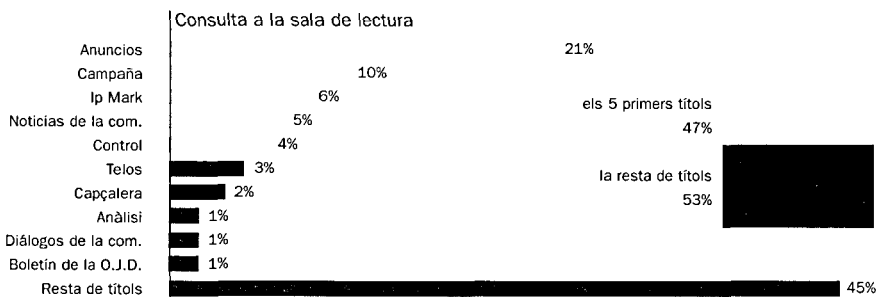


fig. 5

A partir dels resultats del còmput de les demandes de fotocòpies dels departaments i de préstec interbibliotecari, apareixen títols que satisfan necessitats d'altres tipus d'usuari. D'una banda, les comandes fetes per investigadors de la comunicació que recauen, en general, sobre els títols que apareixen em un lloc

més important a l'estàndard de publicacions periòdiques científiques de comunicació; i, de l'altra, les comandes fetes pels bibliotecaris dels títols de les matèries de documentació.

Amb les dades recollides de l'ús actual es va generar una llista dels títols més consultats a la biblioteca amb una puntuació extreta a partir dels percentatges obtinguts en cadascuna de les categories d'ús observades.

Conclusions

La dificultat de trobar centres documentals que s'assemblin al nostre no ens ha ajudat gaire a l'hora de fer aquest estudi. La nostra col·lecció de revistes de comunicació és més àmplia que en altres centres, tant temàticament (comunicació, cinema, fotografia, publicitat, etc.) com geogràficament (àmbit espanyol, anglosaxó, francòfon, llatinoamericà, etc.), mentre que els altres centres són molt més especialitzats en unes àrees temàtiques dins de l'àmbit comunicatiu i, bàsicament, de l'àrea geogràfica anglosaxona.

De la comparació amb l'estàndard, es pot concloure que la col·lecció de publicacions periòdiques assoleix els nivells de qualitat exigibles. Permet a l'usuari tenir a l'abast tots els títols que podem considerar que són els més importants dins el camp acadèmic, ja que disposem del 100% dels títols citats 8 o més vegades i del 61% dels 169 títols citats 3 o més vegades.

Del resultat obtingut a partir de l'estudi del judici expert, es pot concloure que s'hauria d'emprar una altra estratègia per a l'obtenció de les dades, com ara la reducció del nombre de títols que apareixen a l'enquesta, i donar una explicació més detallada de com omplir-la.

Els resultats de l'estudi de l'ús actual confirma els títols de les matèries de publicitat i màrqueting com els de consulta majoritària. Aquests resultats no difereixen gaire de la percepció que de l'ús del fons s'havia fet la Biblioteca. De cara al futur, les conclusions que es poden extreure es veuen limitades per la naturalesa del mateix estudi. Les dades recollides fan referència als materials consultats però no a les necessitats de l'usuari ni a l'ús que fa d'aquests materials.

Al llarg de la realització d'aquest estudi, hem obtingut dades útils d'alguns títols que ens mancaven i que ens han facilitat la presa de decisions a l'hora d'estudiar la necessitat o no de la seva adquisició com a noves subscripcions per a la nostra biblioteca.

Altres conclusions que es poden extreure formen part de les recomanacions d'accions futures que hauria de realitzar la biblioteca per tal d'aconseguir un apropiat desenvolupament de la col·lecció de publicacions periòdiques.

Considerem necessària la redacció d'un pla de gestió de la col·lecció dins del marc dels objectius de la biblioteca per tal de tenir una eina que ens faciliti les accions d'adquisicions i cancel·lacions.

Creiem que una biblioteca especialitzada, com a òrgan en creixement, demostra el seu dinamisme no només en els actes d'adquisició de nous títols, sinó també en les decisions de cancel·lacions i que resulta necessària la realització d'un estudi d'esporga de títols i alliberar la col·lecció del fons obsolet.

A partir dels resultats obtinguts a les enquestes i a les recollides de dades, podem concloure que, en general, l'usuari no coneix en profunditat l'abast i el contingut de la col·lecció de revistes i sembla que la seva recerca d'informació respon a una habitud d'ús que es concreta en pocs títols i que, per tant, limita la consecució d'una informació acurada. La biblioteca hauria de procurar modificar aquest hàbit i donar a l'usuari informació d'allò que, a falta d'un estudi de les necessitats, es percep com a útil. Seria també convenient que la biblioteca informés exhaustivament del contingut dels nous títols per mitjà d'un butlletí de noves adquisicions separat del de monografies i que realitzés un butlletí de sumaris.

Per últim, es recomana mantenir al dia tota la informació referencial que al·ludeixi a les matèries que cobreix el fons de revistes amb el seguiment de les novetats en la producció literària científica, la recopilació de bibliografies especialitzades i el manteniment de relacions amb entitats i centres d'investigació en ciències de la comunicació.

Realitzacions 1995-1996

La conseqüència natural d'aquest estudi va ser la de tenir una llista de títols que no rep la biblioteca, alguns dels quals podrien incorporar-se a la nostra col·lecció per tal de completar-la. Podem veure (*fig. 5*) que manquen títols que surten citats 7 o menys vegades. Del total dels 65 títols que no rebem a la biblioteca, en queden 47 si restem els 18 títols que ja es reben a altres biblioteques del campus. Vam buscar informació dels títols que no rebem i, amb la documentació rebuda per part dels editors, es recomanà les noves subscripcions pels títols adequats al nostre fons. Al llarg de 1995 i 1996 ens vàrem donar d'alta de 14 títols d'aquesta llista. Queden així disponibles el 49% de les publicacions periòdiques que no rebia la biblioteca; afegits a la col·lecció els títols que no rebíem dels citats 7, 6 i 5 vegades.

Quant a les recomanacions de noves subscripcions creiem que amb aquestes decisions hem assolit una part dels objectius de l'estudi d'avaluació. Volem afegir que, a més, es va fer l'alta, per a 1995 i 1996, de 54 títols de noves subs-

cripcions. Una vegada completat el fons de publicacions periòdiques a partir de la hipotètica col·lecció que vàrem crear només cal afegir els nous títols que cobreixen les noves tendències de la recerca i els nous mitjans de comunicació. Actualment la demanda es concentra més en matèries d'estudis de mercat i audiència dels mitjans de comunicació a Europa, de les noves tecnologies de la informació i la seva aplicació.

Aquest any 1997, la reducció del pressupost ens obliga a prendre decisions tocant a les baixes de subscripcions per tal de reduir la despesa. Aquest estudi d'avaluació és una bona eina per a començar l'estudi de les cancel·lacions. Enguany, aquest estudi se centrarà en la proposta de baixes de subscripcions de títols duplicats amb altres biblioteques del campus i de títols obsolets a causa dels canvis dels plans d'estudi de la facultat i de l'orientació de la recerca.

Annex 1

BIBLIOTEQUES I CENTRES D'INVESTIGACIÓ

Aquests són els centres que hem consultat per tal d'establir la llista de publicacions periòdiques més difoses en comunicació. Amb asterisc, indiquem les respostes positives.

- American Advertising Federation. Washington
- Association for Education in Journalism and Mass Communication. University of South Carolina. Columbia
- Bibliothèque du Cinema. Centre André Malraux. París
- Centre de Documentation des Communications de Masse de l'UNESCO. París
- Centre de Formation de Journalisme. París
- Centre Universitari de Ciències de la Informació. UPV. Moncada, València
- Corporació Catalana de Ràdio i Televisió
- European Institute for the Media. Manchester University. Manchester
- Institut de Formation de l'Enseignement pour les Metiers de l'Image et du Son. París
- Institut National de l'Audiovisuel. Bry Sur Marne, França.
- International Association for Mass Communication Research. University of Leicester. Leicester
- International Association of Business Communication. San Francisco, Estats Units

- International Communication Association. Austin. (Estats Units)
- International Institute of Communications. Londres
- International Telecommunication Union. Ginebra
- North American Telecommunications Association. Washington
- Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura
- Universidad Complutense de Madrid
- Universidad de La Laguna
- Universidad de Málaga
- Universidad de Navarra
- Universidad Pontificia de Salamanca
- Universidad de Santiago de Compostela
- Universidad de Sevilla
- Universidad del País Vasco
- Universitat Pompeu Fabra. Barcelona
- University of Illinois at Urbana-Champaign. Urbana
- World Communication Association. Edinburg (Estats Units)

Bibliografia de publicacions periòdiques buidades

"Articles on mass communication in U.S. and foreign journals". *Journalism quarterly*. 69, no. 2, (1992), p. 523.

Block, E. S. *Communication and the mass media: a guide to reference literature*. Englewood, Colorado : Libraries Unlimited, 1991.

Communication abstracts. Beverly Hills : Sage, 19??-

Communication contents = Sisällöt: current contents of mass communication journals. Tampere : Tampereen yliopisto = University of Tampere, 1991.

Index to journals in mass communication. Riverside: Carpelan Publishing, 1988.

Information & communication du nord au sud 1986-1991: bibliographie sélective. Paris: Université de Paris-I, 1991.

The Iowa guide: scholarly journals in mass communications and related fields. Comp. per Carolyn Stewart Dyer, James Hamilton. 5th ed. Iowa: Iowa Center for Communication Study, School of Journalism & Mass Communication, The University of Iowa, 1994.

Jones, D.E. "Nuevas ediciones de revistas especializadas en comunicación". *Telos*. No. 37 (1994), p. 146-148.

"Publicaciones periódicas científicas seleccionadas". *Informe sobre la comunicación en el mundo*. París: UNESCO, 1990, p. 271-280.

Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura. Lima: Unión Latina, cop. 1994.

"Les Revues scientifiques de communication en Europe". *Réseaux*. No. 44-45 (1990), p. 425-429.

Annex 2

CONSULTA SALA DE LECTURA

Aquesta llista presenta el total de consultes que va rebre cadascun dels títols durant els sis mesos que va durar l'estudi. Només consten els títols més consultats.

Anuncios	2.121
Campaña	946
IP Mark	710
Noticias de la comunicación	605
Control de publicidad y ventas	495
Telos	309
Capçalera	238
Anàlisi	151
Los Anuncios del año	150
Diálogos de la comunicación	150
Campaña. Suplementos.	147
Anuncios. Revista.	144
Boletín de la O.J.D.	125
Communication abstracts	115
Advertising Age	108
Anuario El País	108
Fundesco. Boletín	105
Campaña. Guía Trimestral	102
Chasqui	97
TV World	96

Control. Dossier agencias	94
Problemi dell'informazione	90
Guía de los medios	87
Anuari estadístic de Catalunya	86
European journal of communication	83
Anuari de la informació de Catalunya	79
Mediaspouvoirs	71
Video and films	70
Media culture and society	65
Televisión y radio	65
Boletín de telecomunicaciones	64
Investigación y márketing	61
Publizistik	60
Revista mexicana de comunicación	57
Antena de radio y televisión	54
Creativity news	53
Cultura	53
Alternativas de márketing	49
Foto profesional	49
Communication research trends	45
Anuario RTVE	44
Medios de comunicación	43
Gazette	42
REIS	42
Communication arts	41
Comunicación y cultura	40

Bibliografía

Bibliothèques et évaluation. Paris: Éditions du Cercle de la Librarie, 1994. 197 p.

Brouwer, Ch. "Évaluation des périodiques économiques". *Bulletin des bibliothèques de France*. 40, no. 1, (1995), p. 64-67.

García, M.L.; Crego, M.; Gimeno; J. "La Biblioteca de la Facultad de CC.II. de la U.C.M.: encuesta de evaluación, resultado y análisis". *Revista de ciencias de la información*. No. 10, (1994), p. 197-216.

Lancaster, F. W. *If you want to evaluate your library. 2nd ed. Illinois: University of Illinois, Graduate School of Library and Information Science, 1993. 352 p.*

Rashid, H. F. "Bibliometric analysis as a tool in journal evaluation". *The serials librarian*. 20, no. 2-3 (1991), p. 55-64.

Sanz Casado, E. *Manual de estudios de usuarios. Madrid: Fundación Sánchez Rui-pérez. 1994. 279 p.*

Valls Pasola, A. "La evaluación de revistas en una biblioteca universitaria de cara a la cancelación de títulos". *Revista española de documentación científica*. 16. no. 2 (1993), p. 147-156.