

Presentació

L'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB), gràcies a la valuosa col·laboració que ha rebut de tots els autors i les institucions que han acceptat participar en el projecte, ha pogut assolir l'objectiu de publicar la sisena edició de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, que cobreix el període 2009–2010.

La sisena edició de l'*Informe*, continuació de les anteriors (2000, 2001–2002, 2003–2004, 2005–2006 i 2007–2008), ofereix el màxim d'informació actualitzada sobre els mitjans i procura interpretar com hi incideixen la crisi i les accelerades transformacions tecnològiques que estem vivint.

L'*Informe* continua amb l'objectiu d'oferir una visió global i sintètica de la situació dels mitjans i sectors de la comunicació que, més enllà del seu possible ús acadèmic, pugui esdevenir una eina de suport a les polítiques de comunicació del país.

Treball de l'InCom-UAB, treball en equip

L'*Informe* és possible gràcies a un complex i ampli treball en equip, coordinat des de l'InCom-UAB, amb la participació d'un total de 34 autores i autors, procedents de diverses universitats catalanes (UAB, UPF, URL, UOC i IAE-CSIC) amb una col·laboració més especial del Departament d'Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili, i amb la participació de professionals i experts de diversos sectors de la comunicació. Els autors són responsables del contingut de cada capítol. Els editors hi han intervingut establint els criteris de redacció, així com proposant revisions i correccions destinades a fer possible la coherència de tot el conjunt.

L'edició d'aquesta publicació s'ha portat a terme en el marc del Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura, dirigit per Miquel de Moragas i Spà i adscrit a l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB), reconegut com a grup consolidat de recerca per la Generalitat de Catalunya des de l'any 1997 i amb reconeixement vigent dins del Pla de Recerca i Innovació de Catalunya 2009–2013 (referència 2009/SGR-00615).

Estructura de l'Informe

L'*Informe de la comunicació a Catalunya 2009–2010* està estructurat en tres grans apartats. La primera part (“La situació dels mitjans. Informes, estadístiques, interpretacions”), formada per 12 capítols, analitza sintèticament la situació dels diversos mitjans (premsa, ràdio, televisió i sector cinematogràfic), les indústries culturals d'edició discontinua i diversos temes transversals que afecten el conjunt del sistema comunicatiu català (polítiques de comunicació, publicitat, grups de comunicació, internet i telecomunicacions), a més de tractar dos dels seus aspectes essencials: la comunicació local i la llengua.

La segona part de l'*Informe* (“Prospectiva en comunicació. Grans tendències”), amb un enfocament més assagístic i dedicat als assumptes clau del bienni, se centra en la incidència d'internet en el conjunt del sistema de comunicació.

Finalment, la tercera i última part (“Estudis i recerca”) ofereix una panoràmica sobre l'ensenyament universitari en comunicació a Catalunya, amb èmfasi especial en la implantació dels nous graus de l'anomenat Pla de Bolonya. També dedica una atenció preferent a la política de recerca en comunicació a Catalunya en el context espanyol i europeu, als actors de la recerca, a les tesis doctorals i a les principals publicacions especialitzades en comunicació.

Agraïments

L'*Informe de la comunicació a Catalunya* és el resultat d'una important obra d'equip que constitueix una experiència amb múltiples sinergies per a l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB). Per això hem d'expressar un agraïment molt especial al director de l'*Informe* (2009–2010), exdirector i fundador de l'InCom-UAB, Miquel de Moragas i Spà, i als altres quatre coeditors del llibre: Marta Civil i Serra, Isabel Fernández Alonso, José Joaquín Blasco Gil i Bernat López. També al responsable del disseny, la maquetació i la producció: Ramon G. Sedó, i a l'equip d'administració de l'InCom-UAB, encapçalat per Miquel Gómez, amb Maria Victòria Pla i Raquel Gómez, per la seva dedicació constant.

També volem fer palès el nostre agraïment a Llorenç Roviras i Anna Mosquera i Bondia, de Contents Editors, per la seva tasca de correcció i assessorament lingüístic i, quan ha calgut, de traducció. Amb ells hem definit el model de llengua que volíem —basat sobretot en el que estableix l'acadèmia, l'Institut d'Estudis Catalans—, i hem elaborat el llibre d'estil de l'*Informe*, a partir de pautes d'anys anteriors. A ells transmetem el nostre reconeixement per haver treballat els textos amb tanta cura, entenent des del principi la importància de preservar l'estil de cada autor, però dotant tota l'obra de rigor i uniformitat.

Suport institucional i patrocini

Hem de fer constar novament el nostre agraïment especial a la Generalitat de Catalunya pel seu suport continuat a aquest projecte

des del seu inici, l'any 2000. En concret, i per a la sisena edició, a la Secretaria de Comunicació del Departament de la Presidència, per mitjà del seu secretari, Josep Martí, i també a la Direcció General d'Atenció Ciutadana i Difusió, amb Ignasi Genovès al capdavant, per facilitar-nos, a més, la publicació de l'*Informe* a la col·lecció Lexikon | Informes. També volem fer una menció especial a tot el seu equip: a la subdirectora Carme Cañadell, a la responsable de la coordinació editorial de la col·lecció, Alba Ibero, i a la secretària de direcció, M. Àngels Corsà.

També reiterem el nostre reconeixement a Gas Natural Fenosa, patrocinador de l'*Informe* des de la primera edició, per mantenir el seu suport a aquest projecte. En concret, volem donar les gràcies al director general de comunicació i del gabinet de presidència, Jordi Garcia Tabernero; la responsable de la relació amb els mitjans de comunicació, Laura Sabaté Mora, i la cap de patrocini de la direcció de màrqueting corporatiu, Adenai Pérez.

Volem agrair a la Diputació de Barcelona el seu suport continuat als estudis de comunicació local i a l'Observatori de la Comunicació Local de l'InCom-UAB. A l'Observatori de Polítiques de Comunicació de l'InCom-UAB i al Portal de la Comunicació InCom-UAB pel seu suport en l'elaboració d'alguns capítols.

I a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals per haver renovat la seva condició de subscriptor institucional.

També donem les gràcies a la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, que elabora el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, per haver-nos facilitat de manera sistemàtica i adaptada a les nostres necessitats, com a col·laboradors científics, les dades estadístiques sobre audiències i consums culturals a Catalunya, amb precisió comarcal, corresponents al bienni, i que els editors han pogut posar a disposició dels autors. Volem agrair al seu director general, Joan Sabaté, i al seu equip, Marc Alemany, Caterina Masramon i Albert Gauthier, el seu assessorament continuat.

També volem esmentar totes les institucions, públiques i privades, que aporten dades indispensables per a l'anàlisi de la situació dels mitjans de comunicació, especialment a l'OJD, l'EGM i Infoadex; a Talència i a l'Oficina de Coordinació en Recerca i Innovació de la Generalitat de Catalunya, per les dades de recerca, i a la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General de la UAB, per l'acord per poder accedir al seu fons documental especialitzat.

Finalment, volem fer una menció molt especial a la Universitat Autònoma de Barcelona pel seu suport continuat a l'InCom-UAB i als seus projectes, des de la seva creació, l'any 1997.

José Luis Terrón

Director de l'Institut de la Comunicació de la
Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB)

Bellaterra, juliol de 2011

