

Presentació

Us presentem la vuitena edició de l'*Informe de la comunicació a Catalunya*, obra coral amb 16 anys de vida i un dels projectes que, des de sempre, defineix l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) i que només és possible gràcies al seu caràcter interdepartamental, interuniversitari i transdisciplinar.

Com en edicions anteriors, l'*Informe* pretén ser a l'uníson un instrument de treball al servei del món acadèmic i del sector de la comunicació, el qual inclou els responsables polítics, culturals i socials que han de prendre decisions sobre un sector que és, més que mai, estratègic per al país. Per això, pensem aquesta obra com una construcció holística que analitzi, contextualment, els esdeveniments dels dos últims anys en el sector i que a partir d'aquesta anàlisi els autors no només arribin a conclusions, sinó que siguin capaços d'augurar tendències, avançant-se als fets i fent possible, per tant, la planificació d'investigacions i la presa de decisions.

En aquest *Informe*, després d'un estudi de les edicions anteriors i després de conversar amb molts dels seus destinataris, hem volgut aprofundir en els aspectes abans assenyalats, sense abandonar, tot i que tractant-ho de manera més succinta, la descripció dels fenòmens sobre els quals se sustenten les anàlisis. D'altra banda, hem volgut dedicar el monogràfic a la comunicació empresarial i institucional, àmbit al qual, des de fa temps, se'ns demanava que dediquéssim més atenció.

Som conscients que la producció mediàtica ja no es correspon amb aquests compartiments estancs que són els anomenats *mitjans convencionals*; ni amb ells ni amb els seus usos i consums ni tampoc amb la seva disseminació. En properes edicions tindrem el repte d'anar acomodant l'estructura de l'*Informe* a aquesta nova realitat, a la qual sembla que ens costi acostumar-nos.

Coordinats per l'InCom-UAB, han participat en aquesta edició 23 autors (15 investigadors i 8 investigadores) de sis universitats catalanes, públiques i privades: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat de Barcelona, Universitat de Girona, Universitat de Lleida, Universitat Pompeu Fabra i Universitat Ramon Llull. A més, hem de tenir en compte que també hi ha autors que formen part d'altres institucions i empreses

assentades a Catalunya: l'Escola Superior de Cinema de Catalunya (ESCAC), l'Eurecat, la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (Fundacc), la Fundació Mobile World Capital Barcelona i Blackpool Digital.

Hem de destacar que participen en la redacció de l'*Informe* investigadors de cinc grups reconeguts per la Generalitat de Catalunya: el Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura (InCom-UAB), el Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi (GRISS-UAB), el Grup Daniel Jones (UAB), la Unitat d'Investigació en Comunicació Audiovisual (UNICA-UPF), amb el seu Observatori de la Producció Audiovisual (OPA-UPF), i el Digilab: Media, Strategy and Regulation (URL). Paral·lelament, compta amb la col·laboració del Grup Comunicació i Responsabilitat Social (Comress InCom-UAB) i del Grup Llengua i Mèdia (UAB).

Com en edicions anteriors i com és preceptiu, cada autor és responsable dels continguts que se li ha encarregat elaborar. Els editors, al costat del consell acadèmic, han estat els responsables de configurar l'estructura de l'*Informe*. L'edició s'ha dut a terme en el marc del Grup Internacional d'Estudis sobre Comunicació i Cultura, dirigit per Amparo Huertas Bailén, adscrit a l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) i reconegut com a grup consolidat de recerca per la Generalitat de Catalunya des de l'any 1997.

L'*Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014* ha comptat amb dos editors i dues editores de tres universitats de Catalunya: Marta Civil i Serra (UAB), Joan M. Corbella Cordoní (UPF), Carme Ferré Pavia (UAB) i Joan Sabaté i Salazar (URL), la tasca de coordinació i supervisió dels quals ha estat imprescindible per poder dur a bon port el projecte. El treball que han portat a terme s'ha vinculat al desenvolupat pel consell acadèmic, que en aquesta edició ha estat format per Miquel de Moragas i Spà, Joan Manuel Tresserras i José Luis Terrón Blanco.

Estructura de l'*Informe*

L'*Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014* conté alguns canvis en relació als dels anys anteriors, ja que, basant-se en l'anàlisi descriptiva, pretén aprofundir en els resultats del bienni estudiat per, així, destacar les tendències que es poden esdevenir en el sector de la comunicació a Catalunya.

En aquesta edició, la vuitena, es divideix en cinc apartats, precedits per un pròleg escrit per Joan Manuel Tresserras. La primera part ("Marc general de la comunicació a Catalunya") estudia quines polítiques de comunicació s'han generat, en quin entorn tecnològic i quins grups de comunicació hi són presents. En aquest primer apartat també es dedica una mirada específica a l'ecosistema comunicatiu català, amb un èmfasi especial en la comunicació de proximitat, així com a la inversió publicitària i als sistemes per mesurar les audiències. Finalment, i com en edicions anteriors, es dedica un capítol a les llengües en els mitjans de comunicació.

La segona part (“La situació dels mitjans i indústries de la comunicació”) analitza sintèticament la situació dels diferents mitjans: premsa, ràdio, televisió i internet. Així mateix, posa el focus en el sector cinematogràfic i videogràfic, les indústries del llibre, el fonograma i el videojoc i, finalment, la indústria publicitària.

En la tercera part (“Monogràfic”), l’*Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014* dedica en aquesta edició la mirada als reptes de la comunicació empresarial i institucional.

La quarta part (“Estudis i recerca”) se centra en els estudis universitaris i la investigació en comunicació que s’ha dut a terme en el període estudiat. Tanca aquest *Informe* un capítol (“Balanz 2013–2014 i perspectives”) que ens mostra l’estat de la qüestió de la comunicació a Catalunya: d’on venim i quines poden ser les tendències o fites que es produeixin en els pròxims anys.

Agraïments

Hem de fer constar un 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 vuitena edició, a la Secretaria de Comunicació del Govern, per mitjà del seu secretari, Josep Martí, i també al director general d’Atenció Ciutadana i Difusió, Ignasi Genovès i Avellana, i a la subdirectora general de Difusió, Carme Cañadell, per facilitar-nos, a més, la publicació de l’obra a la col·lecció Lexikon | Informes.

També reiterem el 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 Gabinet de la Presidència, Jordi Garcia Taberero; a la subdirectora de Comunicació Externa, Laura Sabaté Mora, i a la cap de Publicitat i Patrocini de la direcció de Màrqueting Corporatiu de Gas Natural Fenosa, Adenai Pérez Pérez.

Al seu torn, volem agrair molt especialment el suport material i l’alè rebut dels subscriptors institucionals d’aquest *Informe*: l’Ajuntament de Barcelona, el Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Societat Catalana de Comunicació (filial de l’Institut d’Estudis Catalans), alhora que volem ressenyar la col·laboració acadèmica i científica que ens han proporcionat la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (Fundacc), comScore i InfoAdex.

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 l’Oficina de Justificació de la Difusió i l’AIMC, amb el seu Estudi General de Mitjans; la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i la Secretaria d’Universitats i Recerca del Departament d’Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, per dades sobre els estudis oficials, i la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General de la UAB, per l’acord per poder accedir al seu fons documental especialitzat.

I en aquest apartat d’agraïments no ens podem oblidar de la feina de suport duta a terme pels membres i els diferents grups de recerca de

l'InCom-UAB, així com del seu Portal de la Comunicació i, un cop més, del seu consell acadèmic, els quatre editors, cadascun dels autors, així com dels responsables del disseny i de maquetació i de Contents Editors, pel seu treball de correcció i assessorament lingüístic.

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

José Luis Terrón Blanco

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

Bellaterra, juny de 2015