

El context de transformació de les pràctiques de comunicació

Capítol 3. Introducció: el consum de mitjans de comunicació en el context de difusió de les TIC a Catalunya	35
Capítol 4. Patrons de difusió, incorporació i ús d'Internet a Catalunya, en relació amb el context global	39
Capítol 5. L'entorn tecnològic dels joves: dels nivells de difusió de la tecnologia a la transformació de les pràctiques d'informació i comunicació	77
Capítol 6. Pràctiques comunicatives i TIC: la coexistència del consum passiu i la participació activa	83
Capítol 7. Consum de mitjans de comunicació tradicionals. La situació a Catalunya i el seu entorn	111
Capítol 8. TIC, televisió i consum de continguts: què, quan, com, on i amb qui	127

Capítol 3

Introducció: el consum de mitjans de comunicació en el context de difusió de les TIC a Catalunya

La part empírica d'aquest estudi s'ha centrat en la gestió quotidiana de la informació i la comunicació per part dels usuaris d'Internet a Catalunya. Per tant, els resultats es van haver de situar en relació amb l'estat actual de difusió de les TIC, de transformació de les pràctiques comunicatives i de consum de mitjans de comunicació tradicionals. Així, en aquesta part, es presenta una exposició resumida, actualitzada i descriptiva de les dades que hi són disponibles. Se n'ha fet, doncs, una revisió exhaustiva de nombrosos informes i estudis realitzats des dels àmbits de la universitat, l'Administració i, per raons òbvies d'interès, de les empreses especialitzades en el mercat de les telecomunicacions, els mitjans i la indústria audiovisual. El context de Catalunya se l'ha volgut situar en relació amb el seu entorn geogràfic, socioeconòmic i cultural immediat (Espanya), però també en relació amb la situació internacional.⁹

En primer lloc, es descriuen les característiques actuals de difusió de les TIC, en relació amb l'equipament, l'ús d'Internet, i el lloc, l'antiguitat, la intensitat i la freqüència de connexió, i d'acord amb les principals variables sociodemogràfiques. Es fa especial atenció als nivells de difusió de tecnologia en l'entorn domèstic.

D'aquesta manera, es pretén situar un dels escenaris principals pel que fa a la modificació gradual en la gestió de les activitats quotidianes, sobretot en relació amb la generació, la distribució i el consum de continguts. D'altra banda, s'han tingut en compte els aspectes bàsics que permetin contextualitzar el paper essencial dels joves en les transformacions de les pràctiques d'informació i comunicació associades amb l'ús de la tecnologia i el consum de mitjans de comunicació.

A continuació, es presenten dades que permeten descriure les tendències principals respecte de la incorporació gradual –mitjançada per les TIC– de nous canals d'informació, comunicació, treball i entreteniment.

Seguidament, s'introdueixen les dades actualitzades sobre el consum dels mitjans de comunicació *tradicionals*, amb l'atenció centrada en la televisió, atès el seu índex més elevat de consum i la gran quantitat de temps que se li dedica, com a mitjà preferent sobre el qual la incorporació de noves pràctiques associades a les TIC –pel que fa a la informació i l'entreteniment– poden exercir-hi un impacte significatiu.

9. Per tal de facilitar la lectura del capítol, i a causa de la gran quantitat d'estudis i informes consultats, només s'ha incorporat en cada apartat un nombre discret de taules descriptives en cada cas. Cal puntualitzar que, a causa de la incorporació d'estudis realitzats amb diferents metodologies i en diferents contextos i temps, és necessari remetre's, en tots els casos, a la llista de fonts originals que s'afegeix a la bibliografia al final de l'informe, per tal de resoldre les limitacions pròpies de la falta d'homogeneïtat.

Aquest context permetrà situar amb més precisió els resultats obtinguts amb el grup de treball d'usuaris experimentats d'Internet a Catalunya¹⁰ en relació amb l'impacte de la creixent difusió de les TIC sobre les pràctiques d'informació i comunicació i, especialment, sobre l'ús i consum de mitjans de comunicació *tradicionals*.

10. Part III.