

Capítol 9

Les línies bàsiques d'anàlisi

L'objectiu principal d'aquesta recerca és entendre els processos de modificació de les pràctiques d'informació i comunicació associats a la creixent difusió d'Internet a Catalunya, mitjançant la identificació de les tendències més significatives pel que fa al context actual, des de la perspectiva de la importància de la connexió a la llar i de l'experiència dels usuaris, l'anàlisi del seu impacte en la gestió de les activitats quotidianes i, en concret, en el consum de mitjans de comunicació *tradicionals*, i l'exploració del paper dels joves en aquest procés de transformació, sobretot en relació amb els patrons d'incorporació de les TIC en l'àmbit domèstic.

La transformació de les pràctiques d'informació i comunicació associada a la difusió de les TIC, i, en concret, d'Internet, i la seva relació amb el consum de mitjans de comunicació *tradicionals* està vinculada, necessàriament, als usos i funcions que les persones els atribueixen en els seus contextos quotidians.

En primer lloc, doncs, la generació de la base empírica de l'estudi s'ha centrat en la gestió quotidiana de la informació i la comunicació per part dels usuaris d'Internet a Catalunya. Tot i que la realització de les enquestes mitjançant la col·locació no dirigida de qüestionaris en diferents portals en xarxa assegura la participació exclusiva d'usuaris d'Internet, implica també que els resultats no tinguin la representativitat del conjunt de la població de Catalunya; tanmateix, suposa l'autoselecció dels enquestats en un grup de treball específic.

En segon lloc, el tractament estadístic de les dades s'ha realitzat mitjançant l'agrupament segons variables construïdes a partir de les respostes obtingudes al voltant de les principals característiques sociodemogràfiques utilitzades per a descriure el grup de treball: gènere, edat, nivell educatiu, situació laboral i estructura familiar.

D'altra banda, donada la importància de l'experiència dels usuaris pel que fa als patrons de transformació de les pràctiques d'informació i comunicació, la definició del grup de treball inclou, necessàriament, la construcció de variables relatives a l'experiència en l'ús d'Internet, en concret, pel que fa a la connexió a la llar, l'antiguitat, la freqüència i la intensitat d'ús.

Finalment, les variables analítiques s'han construït d'acord amb els tres eixos principals que conformen les hipòtesis de partida de l'estudi: el paper essencial dels joves com a motor de les transformacions de les pràctiques d'informació i comunicació; l'entorn domèstic/familiar com un dels escenaris principals en què es produeixen aquests canvis –sobretot, en relació amb l'impacte de la difusió d'Internet en l'ús i consum de mitjans de comunicació *tradicionals*–, i la importància de les TIC com a vector de transformació en la gestió del temps quotidià pel que fa a la tendència cap a la realització autònoma i personalitzada de tota mena d'activitats, considerant, especialment, l'ús i consum de mitjans de comunicació.

Donades les característiques del grup de treball, la metodologia que s'ha seguit en l'anàlisi es basa en l'encreuament de variables a partir d'un model de regressió logística, en què la contingència queda refrendada per una doble prova de significació (khi-quadrat i *odds ratio*), que permet una interpretació més precisa de les associacions entre les diferents variables.

Els resultats es presenten de la següent manera:

En primer lloc, es fa una breu descripció de la generació del grup de treball mitjançant la presentació d'una fitxa tècnica de l'enquesta i, a causa del seu caràcter obert, no dirigit i no representatiu, es fa la descripció del perfil sociodemogràfic dels enquestats, que inclou les freqüències de resposta i les correlacions significatives entre les principals variables sociodemogràfiques.

La definició del grup de treball es completa mitjançant la presentació de les seves característiques principals pel que fa a l'experiència en l'ús d'Internet, al voltant de les variables relatives a l'entorn tecnològic –a la llar i personal–, la localització de l'equipament, el lloc i tipus de connexió, i l'antiguitat, l'horari, la freqüència i la intensitat de connexió, naturalment, en relació amb el perfil sociodemogràfic.

Posteriorment, i sempre en relació amb les característiques definitòries del grup de treball, s'aborda el panorama general d'activitats realitzades pels enquestats a Internet, incloent-hi el consum de mitjans de comunicació *tradicionals* a través de la xarxa, i d'acord amb la seva agrupació en cinc categories principals: consumir, comunicar/compartir, crear/participar, activitats pràctiques i compres.

Per últim, s'explora l'impacte d'Internet en qualsevol mena d'activitats quotidianes. Es dedica una atenció especial al consum de mitjans de comunicació *tradicionals* en funció de tres aspectes principals: la percepció dels enquestats pel que fa a canvis en la gestió del temps quotidià associats a l'ús d'Internet; el grau de compatibilitat d'Internet amb la feina i el consum de televisió –dues activitats ben diferents i d'elevat temps diari de dedicació–; i les característiques de l'ús d'Internet i del consum de mitjans de comunicació *tradicionals*, entre altres activitats quotidianes, pel que fa a la quantitat de temps i de l'horari de dedicació.

En tots els casos, per a facilitar la lectura del capítol s'expliquen breument les variables corresponents i els resultats principals, s'adjunta un nombre discret de taules i figures que resumeixen els resultats –tant de les freqüències de resposta com de la regressió– i s'hi afegeix un text breu d'anàlisi en què destaquen les correlacions més significatives. Els qüestionaris, la definició exacta del contingut empíric de cada variable, els encreuaments realitzats i la totalitat de taules relacionades amb la doble prova de significació (khi-quadrat

i *odds ratio*), es poden consultar en els annexos de l'informe i en el CD que s'adjunta amb les bases de dades que inclouen el desenvolupament estadístic de l'anàlisi.

Finalment, cal recordar que l'anàlisi de les dades s'ha realitzat considerant les particularitats del procediment de disseny, elaboració i realització de les enquestes, que comporta una interpretació dels resultats pel que fa a tendències respecte a les pràctiques comunicatives dels usuaris d'Internet a Catalunya, d'acord amb les característiques sociodemogràfiques i amb la seva experiència, i en relació amb la gestió del consum, l'intercanvi i la producció de contingut en el context de l'estructuració de les activitats quotidianes i del consum dels mitjans de comunicació.