

Índex general

Agraïments	9
Preliminar	11
Part I. Preàmbul	13
Capítol 1. Introducció	15
Capítol 2. Metodologia de la investigació	21
2.1. La base teòrica	24
2.2. Estat de la recerca: el context i les característiques de la difusió de les TIC i del consum de mitjans de comunicació a Catalunya dins el context global	25
2.3. Mapa del sector	27
2.4. Un estudi qualitatiu preliminar	28
2.5. La generació de la base empírica	30
Part II. El context de transformació de les pràctiques de comunicació	33
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
4.1. Entorn tecnològic a les llars	42
4.1.1 Equipament: tecnologia per a utilitzar a qualsevol lloc i en qualsevol moment.....	42
4.1.2 L'ús d'Internet: l'increment sostingut d'usuaris a casa i cada dia	45
4.1.3 Connexió a través de la banda ampla: la importància del volum i la velocitat en la gestió personalitzada de la informació i la comunicació	50
4.2. Experiència dels usuaris: lloc, antiguitat, freqüència i intensitat de connexió a Internet.....	53
4.2.1 Lloc de connexió: la llar com el centre de difusió de l'ús múltiple i independent de les TIC	53
4.2.2 Antiguitat, freqüència i intensitat de connexió: l'ús d'Internet com a activitat domèstica diària	56
4.3. Perfil sociodemogràfic dels usuaris d'Internet	60
4.3.1 Edat: la importància dels joves en els patrons de difusió d'Internet.....	60
4.3.2 Gènere: cap a la igualtat	64
4.3.3 Perfil socioeconòmic: des de les classes més afavorides al conjunt de la societat	68
4.3.4 Nivell educatiu: en funció de l'edat i del nivell socioeconòmic	71
4.4. L'entorn domèstic és l'escenari principal en què disminueixen gradualment les desigualtats d'accés a Internet	74
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
6.1. El context internacional	88
6.1.1 La importància d'Internet com a font d'informació i entreteniment	88
6.1.2 Cap a la gestió autònoma, la personalització i la participació: l'impacte dels joves	89
6.1.3 La coexistència de la tradició i de la innovació	94
6.2. La situació a Catalunya i el seu entorn de proximitat	96
6.2.1 La transició cap a la gestió autònoma i personalitzada	96
6.2.2 Consumir, compartir, participar, crear	99

6.2.3 Els joves en el context de disminució gradual de les desigualtats	100
6.2.4 L'ús de la xarxa: criteris vells i criteris nous	102
6.3. Aspectes lingüístics de l'ús de les TIC en el context global: implicacions en el cas particular de Catalunya	104
6.4. Catalunya: context de transició	108
Capítol 7. Consum de mitjans de comunicació tradicionals. La situació a Catalunya i el seu entorn	111
7.1. La televisió és el mitjà amb l'índex de consum més alt i al qual se li dedica més temps	114
7.2. El prime time (de 8 p. m. a 12 a. m.) és l'horari de preferència de consum de la televisió	118
7.3. L'audiència de la televisió es desplaça gradualment des de la programació general cap a una programació més especialitzada	119
7.4. L'audiència dels mitjans tradicionals tendeix a estancar-se o disminuir gradualment davant l'increment constant del consum d'Internet	123
Capítol 8. TIC, televisió i consum de continguts: què, quan, com, on i amb qui	127
Part III. Pràctiques d'informació i comunicació d'usuaris experimentats d'Internet a Catalunya: els joves com a motor de canvi	133
Capítol 9. Les línies bàsiques d'anàlisi	135
Capítol 10. El grup de treball d'usuaris experimentats i intensius d'Internet a Catalunya	141
10.1. Fitxa tècnica de l'estudi: l'interès i la implicació dels enquestats respecte de la investigació	143
10.2. Perfil sociodemogràfic del grup de treball: la base del procés de transformació	147
10.3. Experiència de grup de treball: TIC, llar i fills	150
10.3.1 Lloc de connexió: la llar com el centre principal d'operacions	150
10.3.2 Entorn tecnològic i localització de l'equipament: la independència dels més joves	152
10.3.3 Antiguitat, freqüència, intensitat i horari de connexió: usuaris experimentats i intensius	157
10.4. Definició de grup de treball	161
Capítol 11. Pràctiques d'informació i comunicació d'usuaris experimentats d'Internet a Catalunya	163
11.1. Una tipologia d'usos d'Internet: de mitjans de consum a eines de participació	165
11.2. La gestió del temps	174
11.2.1 Impacte d'Internet en les activitats quotidianes: una qüestió de temps i (in)compatibilitat	174
11.2.2 Multitasca: un problema de pantalles	182
11.2.3 Temps de dedicació i horaris: la solució de la flexibilitat	190
Part IV. Conclusions	195
Capítol 12. Consumir, crear i compartir continguts audiovisuals: els joves com a factor de canvi	197
Bibliografia	207
Índex de figures i taules	217
Annexos	221
Annex 1. Qüestionari	223
Annex 2. Definició i descripció de les variables construïdes	243
Annex 3. Encreuament de les principals variables sociodemogràfiques	253
Annex 4. Anàlisi de correspondències múltiples	291
Annex 5. Taules resum de resultats significatius	303