

informe de la **comunicació** a Catalunya **2000**



inCOM
Institut de la Comunicació



Universitat
Autònoma
de Barcelona

INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2000

Maria Corominas
Miquel de Moragas Spà
(editors)

Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Amb el suport de:
Generalitat de Catalunya

Amb el patrocini de:
al-pi
Gas Natural SDG
El Periódico de Catalunya

Amb la col·laboració de:
Diputació de Barcelona
Fundació Jaume Bofill
Infoadex

Informe de la comunicació a Catalunya 2000 / Maria Corominas, Miquel de Moragas Spà (eds.). -- Bellaterra : Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2000.
ISBN 84-699-2574-1

I. Corominas, Maria II. Moragas Spà, Miquel de 1. Comunicació -- Catalunya -- Anuaris -- 2000 2. Mitjans de comunicació -- Catalunya -- Anuaris -- 2000 3. Comunicació -- Catalunya -- aspectes socials 4. Comunicació -- Catalunya -- aspectes polítics 4. Comunicació -- Catalunya -- ètics i morals 5. Comunicació i Cultura -- Catalunya 6. Informació -- Tecnologia -- Catalunya

301.153 (467.1)"2000"

Coordinació general

Maria Corominas

Director de l'InCom

Miquel de Moragas Spà

Consell de redacció

Maria Corominas

Miquel de Moragas Spà

Daniel E. Jones

Bernat López

Gemma Larrègola

Secretaria de redacció

Josep Àngel Guimerà i Orts

Marta Civil

Ana Belén Moreno

Correcció i assessorament lingüístic

Oriol Gibert

Gemma Casamajó

Josep Saurí

Edició i disseny

Miquel Gómez

Xavier Martínez Chico

Nando Salvà

Eduardo Ramos

Mario Moya

Impressió i encuadernació

Novoprint

Dipòsit legal

B-26.558-2000

Autors

Salvador Alsius
Laura Bergés
Montse Bonet
Lluís Bonet i Agustí
Héctor Borrat
Lluís de Carreras i Serra
Marta Civil
Maria Corominas
Matilde Delgado
David Domingo
Anna Fajula
Xavier Ferràndiz Bofill
Rosa Franquet
Philipp Fürst
M. Antònia Galceran
Núria García
Josep Gifreu
Josep Lluís Gómez Mompart
Román Gubern
Josep Àngel Guimerà i Orts
Daniel E. Jones
Gemma Larrègola

Bernat López
Joan Majó
Xavier Marcet
Enric Marín i Otto
Josep M. Martí
Rosario de Mateo
Miquel de Moragas Spà
Llúcia Oliva
Emili Prado
Núria Puig
J. Vicenç Rabadan
Natividad Ramajo
Esteve Riambau
José M. Ricarte
David Roca
Marta Sabater
Jordi Sànchez
Maite Soto
Casimiro Torreiro
Joan Manuel Tresserras
David Vidal Castell
Pere Vila i Fumàs

INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2000

Presentació	6
Miquel de Moragas Spà, Maria Corominas	
Introducció	9
Miquel de Moragas Spà, Maria Corominas	
Part I	
LA SITUACIÓ DELS MITJANS	
(Informes, estadístiques, interpretacions)	
1. La premsa	17
Josep Lluís Gómez Mompart, David Vidal Castell	
2. La ràdio	43
Josep M. Martí, Montse Bonet	
3. La televisió	67
Emili Prado, Matilde Delgado, Núria García, Gemma Larrègola	
4. La publicitat	91
José M. Ricarte, David Roca, Anna Fajula, Philipp Fürst	
5. El sector cinematogràfic	113
Esteve Riambau, Casimiro Torreiro	
6. Grups de comunicació	125
Rosario de Mateo, Laura Bergés, Núria Puig, Marta Sabater	
7. Tres indústries culturals d'edició discontinua: editorial, fonogràfica, videogràfica	145
Daniel E. Jones	
8. Multimèdia i Internet	167
Rosa Franquet, Matilde Delgado, Natividad Ramajo, Maite Soto	
9. Les telecomunicacions	185
Pere Vila i Fumàs, Xavier Ferràndiz Bofill	
10. La comunicació local	213
Observatori de la Comunicació Local (J. Vicenç Rabadan, Montse Bonet, Josep Àngel Guimerà i Orts, Miquel de Moragas Spà, David Domingo, Bernat López)	
11. Les polítiques de comunicació	243
Miquel de Moragas Spà, Bernat López	
12. La llengua	259
Maria Corominas, Lúcia Oliva	

13. La Xarxa a la premsa, la premsa a la Xarxa	275
Héctor Borrat	

Part II

PROSPECTIVA EN COMUNICACIÓ

Grans tendències

14. Comunicació i pensament estratègic a l'empresa	295
Xavier Marcet	
15. Dret a la informació i ètica periodística	303
Salvador Alsius	
16. La Unió Europea i la Societat de la Informació	311
Joan Majó	
17. La imatge en la societat de la informació	321
Román Gubern	
18. L'impacte cultural de les noves tecnologies	329
Enric Marín i Otto, Joan Manuel Tresserras	
19. L'espai català de comunicació en l'era digital	339
Josep Gifreu	
20. Nous reptes per a les polítiques culturals a Catalunya	347
Lluís Bonet i Agustí	
21. El control democràtic de la televisió	359
Lluís de Carreras i Serra	
22. Comunicació política i noves tecnologies	371
Jordi Sànchez	

Part III

DOCUMENTACIÓ I ESTUDIS

23. Documentació i estudis	381
23.1. Selecció bibliogràfica (1999)	382
M. Antònia Galceran	
23.2. Recull de tesis doctorals llegides a Catalunya (1998 i 1999)	389
Marta Civil	
23.3. Estudis universitaris	392
Marta Civil, Josep Àngel Guimerà i Orts	
23.4. Webs d'interès	393
Marta Civil, Josep Àngel Guimerà i Orts	

PRESENTACIÓ

Objectiu

L'*Informe de la comunicació a Catalunya 2000* és una producció de l'Institut de la Comunicació (InCom) de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) que es proposa facilitar als lectors la interpretació de la situació actual i les tendències dels mitjans de comunicació a Catalunya.

Aquesta iniciativa pretén omplir un buit --reconegut-- dels nostres estudis de comunicació: l'edició d'un treball monogràfic sobre la comunicació a Catalunya amb un enfocament específic, i no de forma subsidiària per mitjà d'estudis, més generals, sobre la comunicació a Espanya.

És evident que la comunicació a Catalunya, com la de qualsevol sistema modern, està creuada per múltiples fluxos i influències, però això no significa que no sigui possible i també necessari un estudi específic sobre la comunicació que s'hi fa i s'hi rep. L'espai català --polític, cultural, lingüístic i mediàtic-- justifica aquest enfocament. Calia dinamitzar un grup ampli d'experts, des de diferents perspectives i amb coneixement dels diversos mitjans, per poder fer realitat aquest informe monogràfic sobre l'espai català de la comunicació.

No es tracta, únicament, d'omplir un buit teòric, sinó també d'omplir un buit polític, cultural, social i econòmic, perquè aquest *Informe* es proposa esdevenir una eina de suport a les polítiques de comunicació, tan necessàries en la fase actual de transformació accelerada de la comunicació cap a l'era digital.

Estructura de l'Informe

La primera part de l'Informe, titulada "La situació dels mitjans", està dedicada a la descripció --però també a la interpretació-- dels grans mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió i cinema) i dels grans eixos que determinen la comunicació moderna (telecomunicacions, publicitat, indústries culturals i grups de comunicació, Internet). Es fa un èmfasi especial en algunes de les qüestions clau del sistema de comunicació a Catalunya (comunicació local, polítiques de comunicació, llengua als mitjans). Els autors d'aquesta primera part són, de forma molt majoritària, investigadors i investigadores de la UAB.

El segon apartat, titulat "Prospectiva en comunicació. Grans tendències", està dedicat a la interpretació --però també a la descripció-- d'alguns dels grans temes que afecten la comunicació dels nostres dies, amb una referència molt especial a les noves condicions culturals, socials i polítiques de la societat de la informació i a la irrupció d'Internet. També s'hi troben, però, assaigs sobre altres qüestions candents com l'ètica i la democratització de la comunicació, les innovacions en la comunicació empresarial i la comunicació política.

L'Informe ofereix, finalment, una informació sintètica sobre la documentació i els estudis sobre comunicació realitzats en l'àmbit de Catalunya.

Periodització: primera edició 1998-2000

L'Informe de la comunicació a Catalunya 2000 de l'InCom es proposa convertir-se en una iniciativa de caràcter biennal. Hi ha diverses raons per adoptar aquest model, raons d'economia i diversificació d'esforços de l'activitat de l'Institut, però també raons d'enfocament teòric i metodològic. Les dades disponibles arriben esglaonadament a mans dels investigadors, algunes amb més d'un any de retard, i fan difícil la realització de fotografies del conjunt del sistema comunicatiu en espais de temps més curts. D'altra banda l'anàlisi de les tendències, tot i la celeritat dels canvis, recomana l'adopció de perspectives sobre bases temporals una mica àmplies. De fet, aquesta primera edició de l'Informe centra l'atenció i analitza el període 1998-2000, i facilita diverses informacions i interpretacions sobre l'origen de cada dinàmica.

Agraïments

Aquest Informe és deutor de molts esforços i col·laboracions. En primer lloc és deutor de la col·laboració de prop de mig centenar d'autors i autores, que han hagut d'adaptar-se --calendari, espai, estil i criteris redaccionals-- a les exigències d'un projecte col·lectiu sense precedents en el nostre camp científic.

El nostre reconeixement a l'equip central de redacció i d'edició, que en un mateix any ha hagut de fer el doble esforç de crear i posar en marxa el nou Institut de la Comunicació de la UAB (InCom) i produir, al mateix temps, aquesta obra col·lectiva: Miquel Gómez, Marta Civil, Bernat López, Josep Àngel Guimerà, Ana Belén Moreno, Ian Serra, Berta Cerezuela, Xavier Mestres i Oriol Gibert.

El nostre agraïment i el nostre reconeixement, per la col·laboració i la contribució en el procés d'edició, a Daniel E. Jones i Gemma Larrègola (UAB), i a Xavier Martínez Chico, Nando Salvà i Josep Saurí (El Periódico).

El nostre agraïment a l'Agència de Patrocini i de Mecenatge de la Generalitat de Catalunya pel suport en la gestió del projecte; a la Fundació Jaume Bofill pel suport a la realització de l'estudi sobre la presència de la llengua catalana en els mitjans de comunicació; al Patronat Flor de Maig i al Comissionat de la Presidència per a la Societat del Coneixement de la Diputació de Barcelona i al Consorci de Comunicació Local pel suport als estudis sobre comunicació local, i a l'empresa Infoadex per facilitar les dades de base per a l'estudi sobre la publicitat.

Suport institucional i patrocini

Aquest *Informe* ha estat possible gràcies al suport rebut, des de l'inici del projecte, per part del Departament de Presidència de la Generalitat de Catalunya i de la seva Direcció General de Difusió. Aquest suport ha estat vital per a la realització d'aquest *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*, però també per poder fer les primeres passes del nou Institut de la Comunicació de la UAB.

El nostre reconeixement als tres patrocinadors de l'*Informe*: Gas Natural SDG, al-pi telecomunicacions i El Periódico, pel seu suport i per la seva confiança en aquest projecte que es refereix a un tema clau per a la societat moderna: la comunicació, analitzada des de la perspectiva, i l'autonomia, de la Universitat.

El nostre reconeixement a la Universitat Autònoma de Barcelona, a la Facultat de Ciències de la Comunicació, al Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació i al Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat, per totes les sinergies que es produeixen amb l'InCom.

Miquel de Moragas i Maria Corominas
Barcelona - Bellaterra, maig de 2000