

La IX Jornada de Recerca de la Societat Catalana de Comunicació posa de manifest la necessitat de dotar de millor finançament la recerca en comunicació social.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya premia dos treballs al voltant dels informatius per a infants i la producció de continguts audiovisuals.

El passat 1 de març, la Societat Catalana de Comunicació va celebrar la IX Jornada de Recerca en el marc de la qual es lliuraren també els XXIX Premis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya a la investigació sobre comunicació audiovisual. En l'obertura de l'acte, el president de la Societat Catalana de Comunicació (SCC), Jordi Berrio, va subratllar la importància de la recerca en comunicació social, al temps que va reclamar més finançament per a poder fer una recerca amb una projecció més internacional. També va incidir en aquesta idea el president del Consell Audiovisual de Catalunya, Roger Loppacher, durant la intervenció prèvia al lliurament dels XXIX Premis del CAC, que des de fa uns anys s'atorguen en el marc d'aquesta jornada.

Abans del lliurament dels premis els investigadors principals presentaren els cinc projectes de recerca finançats pel Plan Estatal de R+D+I seleccionats enguany, amb representació de diverses universitats de Catalunya. El moderador de la primera taula, el membre de la junta de la SCC, Pere Masip, va assenyalar l'Informe de la comunicació a Catalunya, de periodicitat biennal, com a una obra de referència per conèixer la situació de la recerca en comunicació a Catalunya. També va fer esment del projecte Mapcom gràcies al qual és possible conèixer els grups de recerca i els projectes de recerca d'R+D desenvolupats a Espanya entre 2007 i 2013.

El primer projecte que es va presentar va ser «Presencias y representaciones de la mujer en el cine de los orígenes», on s'analitza la representació historiogràfica i de gènere en el cinema dels orígens (entre 1896 i 1914), i en nom del qual va intervenir l'investigador Àngel Quintana, de la Universitat de Girona. Aquesta recerca parteix de dos projectes previs finançats pel Pla Estatal d'R+D+i: “la contrucción de la actualidad en el cine de los orígenes (1896-1914)” i “La contrucción del imaginario bélico en las actualidades de la Primera Guerra Mundial”, a més a més de la participació del projecte europeu “A Million Pictures: Magic Latern Slide Heritage”, dirigit per la Universitat d'Utrecht.

Tot seguit, Josep Fernández de Cavia i Rafael Pedraza, de la Universitat Pompeu Fabra, feren la presentació del projecte «El turista en la web: hábitos informacionales y selección de destino turístico», una recerca interdisciplinaria, ja que abasta els camps de la publicitat i la documentació, de la qual formen per investigadors de la UPF, UB, UOC, UVic/UCC i Universidad de Granada. Aquest recerca proposa trobar informació que sigui d'interès per als responsables de comunicació de les destinacions turístiques. Cal tenir present que la indústria del turisme suposar un 10% del PIB mundial, un percentatge que a Catalunya i a Espanya és una mica superior. Per a això, mitjançant una empresa especialitzada, s'han realitzat un total de 1.621 enquestes a persones que viuen a diversos països europeus que hagen estat a Espanya en els darrers 3 anys. El focus del projecte s'ha centrat en quatre ciutats de l'Estat, que per ordre de posicionament són: València, Madrid, Barcelona i Mallorca.

Després d'una pausa, en el segon bloc de presentacions, que va moderar Sandra Sureda, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), es presentaren tres projectes més.

En primer lloc, Ernest Abadal, de la Universitat de Barcelona, va donar a conèixer els resultats del projecte de recerca «El acceso abierto a la ciencia en España: evaluación de su impacto en el sistema de comunicación científica». El dilema que plana sobre aquesta qüestió és

saber qui pagarà el cost que deixen d'ingressar les revistes científiques que abans no eren en obert: si els autors o l'administració pública. El projecte analitza com ha canviat de model en el cas concret d'Espanya. Les línies de la recerca se centren en les publicacions (revistes i monografies), els repositoris, les dades científiques i les polítiques de suport. El projecte també posa el focus en si els investigadors optaran per publicacions d'accés obert o en publicacions tancades i després ho penjaran en obert en repositoris oberts.

Després Jordi Sánchez-Navarro, de la Universitat Oberta de Catalunya, va presentar el projecte «Cultura lúdica, competencia digital y aprendizajes», que es una recerca del Grup d'investigació en Aprenentatges, Mitjans i Entreteniment (GAME) fruit d'una llarga trajectòria al voltant del joc “com a autèntic canvi social”. Aquest projecte està en fase d'integració dels resultats de la recerca, amb unes 1.000 enquestes telefòniques realitzades. Entre altres resultats del projecte hi ha previst oferir un llibre blanc de l'educació dels videojocs. “Els videojocs no només són una indústria molt potent. Són eines d'aprenentatge que influeixen en l'alfabetització mediàtica”, va dir J. Sánchez sobre aquesta qüestió. D'altra banda, el grup ha començant a investigar en el joc no digital.

Per últim, va tancar l'exposició de projectes seleccionats Núria García, de la Universitat Autònoma de Barcelona, amb la recerca «Redes sociales y televisión generalista en Europa (EU-5): usos en pantalla y actividad en red de las audiencias». Una recerca que és fruit de la tasca desenvolupada pel Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi (GRISS) de la UAB, dirigit per Emili Prado, a partir dels Observatoris Euromonitor i Usamonitor i l'Observatori de les Xarxes Socials i d'Internet (OXSI). L'objectiu d'aquest treball és conèixer les estratègies de TDT dels programadors de les televisions a Alemanya, Espanya, França, Itàlia i Regne Unit i veure l'ús social de les xarxes socials, sobretot l'ús del twitter en simultaneïtat amb la programació. L'estudi posa el focus en els 30 programes públics i privats més vistos i més populars. Com a conclusions preliminars els autors de la recerca han subratllar que al sector privat hi ha més interès en ser molt actius en les xarxes socials en el gènere *infoshow*, mentre que en les públiques es dedica més esforç en ser-ho en els informatius. Així com les televisions centren la seva activitat a Facebook abans i després del programa, l'estudi es basa en l'activitat de les televisions a Twitter, perquè és la xarxa social més utilitzada durant l'emissió, en temps real mitjançant el hashtag corresponent.

Lliurament dels XXIX Premis del CAC

El president del CAC, Roger Loppacher, va obrir l'acte lliurament dels XXIX Premis d'investigació que atorga aquesta institució. Durant la seua intervenció va recordar que la recerca és una de les àrees fonamentals del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. D'altra banda va dir que els treballs guardonats són de gran interès per al CAC i també per al Govern.

Pel que fa als treballs, el vicepresident del CAC i membre del jurat, Salvador Alsius, va subratllar la excel·lent qualitat de la majoria dels 14 treballs presentats enguany. Entre aquest conjunt, el jurat va seleccionar per al primer premi, dotat amb 5.000 euros, el treball de Marta Narberhaus Martínez «Children's news. Topics, information quality and audience reception around Newsround, Logo and InfoK», que es la Tesi defesada al Departament de Comunicació de la UPF, dirigida per Mònica Figueras. En aquesta recerca s'analitzen els informatius de televisió adreçats als infants a partir de l'estudi de les notícies de tres programes de referència de cadenes públiques: Newsround (BBC) Logo (ZDF) i InfoK (TVC). Segons l'estudi, els tres programes destaquen per la seva qualitat i per acomplir l'objectiu d'estimular l'interès dels

infants i de promoure valors. També destaquen per la seva contribució a l'alfabetització audiovisual del infants. Entre les conclusions més destacades del treball hi ha que els tres programes donen prioritat als temes socials i que gairebé un 25% del temes pertanyen a l'àmbit propi de l'agenda infantil. En concret, i pel que fa als temes de les notícies, gairebé la meitat dels temes tractats són de tipus social (43,4%), mentre que la cultura i els esports suposen una mica més del 30%. Per la seva banda, la política hi ocupa el 9,6% i l'economia, l'1,3%.

[Children's news. Topics, information quality and audience reception around Newsround, Logo and InfoK](#)

Pel que fa al segon premi, dotat amb 2.000 euros, el jurat va escollir el treball d'Aida Martori Mountsant que porta per títol «Televisió pública de proximitat a Catalunya. La relació amb TV3 i els intercanvis de contingut informatiu», una tesi defensada al Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura de la UAB, dirigida per Santiago Ramentol. En ell, l'autora analitza els precedents, el context i les conseqüències del canvi de relació entre TVC i les televisions públiques de proximitat pel que fa a la producció de continguts informatius, canvi que va tenir lloc el febrer de 2013. La recerca demostra que el nou model de producció de continguts informatius audiovisuals de TVC, a més de viable, és més eficient que l'anterior, ja que aprofita els recursos públics disponibles en el territori i està ben integrat en l'era digital.

[Televisió pública de proximitat a Catalunya. La relació amb TV3 i els intercanvis de contingut informatiu](#)

La IX jornada de recerca de la SCC i el lliurament dels XXIX premis del CAC va concloure amb la intervenció de la presidenta de la Secció de Filosofia i Ciències Socials de l'IEC, Maria Corominas Piulats, que va destacar la interdisciplinarietat de la recerca en comunicació social que s'està duent a terme des de grups de recerca en comunicació social a les universitats de Catalunya; grups que compten ja amb llarga trajectòria i amb una presència internacional significativa, sobretot a Europa. Tot i això, va afegir que “encara queda un cert camí per normalitzar la situació, especialment en relació a l'àmbit de la llengua, el gènere i la cultura”.