

# Ocupacions més demandades al sector de la Comunicació

## Informe 2014



*Elaborat per:*

**Deloitte.**

*Cofinancen:*

# 1. Presentació del sector

El sector de la comunicació, amb l'objectiu de formar, informar i entretenir, és un dels sectors més dinàmics i disposa d'una gran capacitat d'adaptació constant a les noves tecnologies. Els àmbits que el formen són:

- **Comunicació audiovisual:** Activitats relacionades, principalment, amb les productores, ràdios i televisions.
- **Continguts on-line:** Elaboració i gestió de d'informació i continguts digitals.
- **Gestió de comunitats virtuals:** Presència en xats, comunitats, fòrums, etc.
- **Multimèdia i web:** Activitats relacionades amb el disseny, programació i anàlisi de continguts que poden integrar text, imatges, so, i permetre'n la navegació. En destaquen els videojocs, les webs, l'àmbit *mobile*, etc.
- **Periodisme:** Producció i distribució de continguts de premsa, ràdio o televisió.

Actualment la comunicació es considera com un dels sectors consolidats, donat el seu important pes en l'ocupació del sector terciari, tot i que amb la crisi econòmica s'ha vist afectat. Tot i l'augment de les noves tecnologies, quasi la meitat de les persones del sector continua treballant en la premsa tradicional.

# 2. Context actual

**Tendències globals:** La creixent dedicació de la Unió Europea (UE) per augmentar la dimensió de la comunicació audiovisual de la UE està fent que el parlament europeu insisteixi en que els països membres de la UE han d'estimular el creixement i la competitivitat del sector audiovisual i dels medis de comunicació. Reconeix, alhora, la seva transcendència més general per salvaguardar la diversitat cultural. "Europa creativa" és el principal instrument de la UE per ajudar a aquesta indústria. Des del 2014 aquest programa substitueix als programes MEDIA, MEDIA Mundus i Cultura i compta amb un pressupost de 1.460 milions d'euros (2014-2020), el que suposa un increment del 9% respecte els darrers programes.

**Espanya:** Al 2013 la Federació d'Associacions de periodistes d'Espanya va presentar les conclusions de l'informe anual i va apostar per un enfortiment de l'ètica professional per a sortir de la crisi que, al 2012, va acabar amb la posició de 4800 treballadors. Des del 2008 fins a l'abril del 2013, data de publicació de l'informe, a Espanya es van destruir 10.000 posicions de periodistes i 70 medis de comunicació van tancar. Pel que fa als salaris dels professionals de la comunicació i, d'acord al II Informe Wellcomm, basat en enquestes realitzades a 500 professionals de la comunicació, entre juliol i setembre del 2013 els salaris van baixar un 2,7% respecte el 2012. Dins del sector, els professionals més ben pagats es consideren els que treballen en departaments de comunicació d'empreses, i els pitjors pagats els professionals dels medis de comunicació i autònoms. Les desmotivacions dels professionals d'aquest sector són cada cop més grans i hi ha una queixa generalitzada de poques perspectives de desenvolupament professional, d'absència d'un pla de carrera i de poca definició de les seves funcions.

**Catalunya:** Actualment el sector de la comunicació a Catalunya està patint força i hi ha cert descontent generalitzat per part dels treballadors, especialment de l'àmbit de la comunicació audiovisual, pel que fa a la possibilitat de disminució del volum de les plantilles de les companyies. L'evolució del sector depèn, en gran mesura, de la seva capacitat d'adaptació a la nova realitat socioeconòmica i als nous hàbits de consum. El principal problema a la comunitat autònoma és l'existència de certes dificultats per finançar-se. El creixent nombre de canals o diaris independents ha fet que les necessitats financeres ja no es cobreixen només gràcies a la publicitat. Això comporta problemes de contractació i comporta que petites empreses de comunicació establertes a Catalunya hagin de tancar. Tot i això, sembla esperançador el fet de que el barri de **Barcelona** del 22@ continuï promovent activitats de comunicació i oferint amplis espais a empreses del sector. L'àmbit de la indústria mòbil s'està convertint en un motor clau pel desenvolupament econòmic global generant una transformació social, cultural i econòmica, com és el fet d'una creixent internacionalització al sector, a partir de que Barcelona hagi sigut nombrada la capital de la fira internacional del *Mobile World Congress* (MWC). També destaca a l'àrea metropolitana de Barcelona el protagonisme de l'àmbit dels videojocs com a referent internacional per a altres empreses com per exemple Social Point, i com a captació de talent professional, empenedoria i formació especialitzada.

Indicadors del sector de la comunicació	Població ocupada a Catalunya <sup>(1)</sup>	Nombre d'empreses a Catalunya <sup>(2)</sup>
	10.452 (2013)	1.186 (2013)

(1) Directori Central d'Empreses (DIRCE).

(2) Directori Central d'Empreses (DIRCE).

### 3. Tendències claus del sector

#### Tendències sectorials

	<p><b>Internet i noves tecnologies</b></p>	<p>Cada cop hi ha més facilitat d'accés a Internet, per part de les empreses i dels treballadors i usuaris. Internet i les noves tecnologies han irromput amb força i estan canviant la manera d'entendre el sector i el seu funcionament. Han afavorit un augment de l'estalvi de temps i un increment en termes d'eficiència, i han afavorit que l'oferta de continguts audiovisuals sigui cada cop major. En aquest sentit, la comunicació mitjançant els grups multimèdia, entesa com a grups empresarials que han hagut d'ampliar seves activitats de comunicació, s'estan reforçant i això està donant lloc a noves formes de comunicació. Es a dir, l'arribada de les noves tecnologies està comportant l'aparició d'altres medis digitals que ofereixen grans oportunitats. La velocitat amb la que podem captar la informació i les noves tendències socials s'està revolucionant amb les xarxes socials i les tecnologies 2.0., que cada cop disposen d'un major nombre d'usuaris i de franges d'edat cada cop majors.</p>
	<p><b>Internacionalització de Videojocs i Apps</b></p>	<p>D'acord a les darreres dades publicades al 2014, el 56% de les vendes de la indústria espanyola es realitzen fora d'Espanya. Aquestes dades mostren la necessitat que tots els sectors econòmics s'internacionalitzin. En el cas de l'àmbit dels videojocs i de les apps, la facturació procedeix en un 78% de la distribució online de continguts. Aquestes dades, per tant, mostren una tendència positiva cap a unes noves modalitats de videojocs i aplicacions com són les tablets i els smartphones. Cal afegir que els videojocs i les apps no només destacaran a nivell internacional, també o faran a nivell nacional i a nivell comarcal, augmentant cada dia el nombre de jugadors.</p>
	<p><b>Adaptació</b></p>	<p>L'estabilitat futura del sector depèn, en gran mesura, de la capacitat d'adaptació a aquests nous entorns i hàbits que es presenten. Per part de les empreses, en donar difusió del que volen i, per part dels usuaris, per a saber adaptar-se a les noves formes de comunicació que es presenten. Per exemple, les administracions públiques permeten, cada cop més, la realització de tràmits on-line en comptes d'haver d'assistir físicament a les seus de l'administració. Això és un clar exemple de com l'administració pública i els usuaris han hagut d'adaptar-se a aquestes noves formes de comunicació.</p>
	<p><b>Influència</b></p>	<p>La comunicació representa un dels sectors amb més capacitat d'influència en diferents àmbits com, per exemple, l'àmbit econòmic, el social i el polític. Aquesta influència no ve donada només pels continguts sinó, també, per tot el públic objectiu que rep la informació. En aquest sentit, els dispositius mòbils estan afavorint l'augment, cada cop més creixent, de la participació de l'audiència i la interactivitat entre els usuaris.</p>
	<p><b>Nous continguts especialitzats</b></p>	<p>Amb l'aparició d'aquests nous medis de comunicació i dels nous canals; el ventall de coneixements especialitzats que ofereix el mercat de la comunicació és cada cop major. Com a conseqüència d'aquesta situació, estan apareixent nous canals televisius i pàgines webs amb coneixements específics sobre un tema en concret, com poden ser els esports o la moda. A nivell de web, per exemple, es preveu que el sector moda i els descomptes en entrades i bitllets, seran els motors de les webs d'e-commerce. Pel que fa als mòbils, cada cop existiran més cupons mòbils de descomptes i fidelització; és per això que caldran perfils professionals orientats a dissenyar, desenvolupar i donar a conèixer als consumidors aquests descomptes a les xarxes socials, principalment.</p>

## 4. Ocupació al sector de la comunicació

L'aparició de noves tecnologies i de grans grups multimèdia, requereixen un tipus de professional polivalent, amb coneixements específics i amb ràpida capacitat d'adaptació a qualsevol entorn. Cobren importància els professionals dedicats a la desenvolupar l'estratègia de comunicació de les agències i de les empreses, en coordinació amb la resta de departaments. Pel que fa a les empreses, dependent de la mida de la seva plantilla, tendeixen a subcontractar la gestió de la seva presència a Internet, especialment a les xarxes socials, i a d'altres medis audiovisuals, com la televisió, o a la premsa escrita, tot i que cada cop l'ús d'aquesta és menor. D'acord a les darreres dades publicades, l'àrea de màrqueting i comunicació, després d'anys de caigudes importants, reflecteix un augment en el nombre de vacants i mostra lleugers signes d'estabilització. Tot i que es preveu una continuïtat en l'augment d'aquestes vacants, encara quedarà camí i caldrà que els professionals es reinventin per a arribar als nivells d'ocupació d'abans de la crisi.

Anàlisi de l'ocupació al sector de la comunicació	Tendència actual	Previsió de creixement
		

↑ Recuperació/Creixement; → Manteniment; ↓ Decreixement

### 4.1. Ocupacions de major qualificació més demandades

Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
1 <a href="#">Director/a creatiu/iva de preproducció d'entorns digitals</a>	El director creatiu de preproducció d'entorns digitals desenvolupa la seva tasca en la fase inicial de la creació del producte audiovisual: dirigeix el treball dels artistes que defineixen la part creativa del producte (característiques, continguts i aspectes tècnics i formals).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Preferiblement formació universitària relacionada amb l'art, el disseny o les audiovisuals. Es valora molt positivament disposar d'un postgrau en art digital, fotografia digital, creació d'imatges en 2D i 3D, animació per ordinador o animació tradicional.</li> <li>Experiència: En software de manipulació d'imatges en 2D, en software de composició i efectes en 2D, en aplicacions en 3D i animació, i en software d'edició digital.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>És força important que els professionals disposin de coneixement en determinades eines de disseny gràfic i disseny web.</li> </ul>
2 <a href="#">Director/a tècnic/a en processos digitals</a>	El director tècnic en processos digitals supervisa el desenvolupament de qualsevol procés digital que s'hagi d'incloure en les escenes d'una pel·lícula o d'un altre producte audiovisual. Per tant, es pot dir que participa en tots els estadis de la producció.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Títols universitaris propis i superiors en multimèdia, art o disseny. També es valora la possibilitat de disposar d'una enginyeria amb especialització en so i imatge.</li> <li>Experiència: En el coneixement del funcionament dels equipaments.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pel que fa als coneixements d'idiomes, és bàsic disposar de coneixements en anglès.</li> </ul>
3 <a href="#">Enginyer/a artístic/a en realització digital</a>	L'enginyer artístic en realització digital dissenya l'estètica de la producció per a la realització de pel·lícules digitals, generalment per al cinema i la televisió. La seva funció és la de supervisar tant el procés de rodatge com el d'edició i muntatge d'un producte audiovisual per assegurar una coherència estètica en línia amb el definit pel director i la producció.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Es valoren molt positivament els màsters i postgraus de l'entorn audiovisual i digital: fotografia digital, art digital, etc.</li> <li>Experiència: Cal experiència prèvia pel que fa al procés productiu de l'audiovisual.</li> <li>Competències: <a href="#">Creativitat</a>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les competències més necessàries són: <a href="#">creativitat</a>, <a href="#">treball en equip i cooperació</a>, <a href="#">comunicació</a> i <a href="#">flexibilitat i gestió del canvi</a>.</li> </ul>

Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
4 <a href="#">Consultor/a de comunicació</a>	És el/la professional que assessora i proposa solucions estratègiques de comunicació i màrqueting adaptades als requeriments i necessitats dels seus clients. Aquest professional de la comunicació se situa al backoffice de l'empresa dins del departament de comunicació, i té una importància essencial en l'elaboració del pla estratègic de comunicació de l'organització.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Grau o Llicenciatura en ciències socials, publicitat o periodisme. Cal que el professional tingui coneixements d'assessoria d'imatge, polítics, de periodisme i comercials.</li> <li>Experiència: Experiència prèvia en gestió de projectes de comunicació.</li> <li>Competències: <a href="#">Capacitat de negociació</a>; Capacitat per a gestionar grans projectes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>És força important que els professionals disposin de coneixement en determinades eines de disseny gràfic i disseny web.</li> <li>Pel que fa als coneixements d'idiomes, és bàsic disposar de coneixements en anglès.</li> <li>Les competències més necessàries són: <a href="#">creativitat</a>, <a href="#">treball en equip i cooperació</a>, <a href="#">comunicació i flexibilitat i gestió del canvi</a>.</li> </ul>
5 <a href="#">Enginyer/a de continguts</a>	Professional orientat a dissenyar, desenvolupar o gestionar els processos automatitzats per detectar i capturar informació elaborada pels productors de continguts. Aquesta informació s'ha d'organitzar i distribuir als clients finals segons les diferents especificacions contractades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Enginyeria tècnica o industrial en informàtica de gestió i de sistemes.</li> <li>Competències: <a href="#">Pensament analític i conceptual</a>, <a href="#">Preocupació per l'ordre i la qualitat</a>.</li> </ul>	
6 <a href="#">Gestor/a de continguts</a>	Professional de la informació i la documentació que té com a missió definir el tipus de continguts en una pàgina web i els criteris de categorització i classificació de la informació.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Grau o Llicenciatura en documentació, periodisme, humanitats. Com a formació complementària cal destacar la formació en documentació digital i en arquitectura de la informació</li> </ul>	
7 <a href="#">Community manager</a>	La funció del/la community manager és construir, gestionar i moderar comunitats virtuals al voltant d'una marca o empresa a la xarxa. Té la missió d'utilitzar les eines i instruments que posen a disposició les xarxes socials (facebook, twitter, youtube, linkedin, etc.) per promocionar una empresa o marca, generar continguts atractius, crear una imatge i atraure clients/es.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Grau o Llicenciatura en comunicació, periodisme, o publicitat i relacions públiques.</li> <li>Experiència: Es recomana una experiència en posicions similars de 2-3 anys.</li> </ul>	

	Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
8	<a href="#">Dissenyador/a d'interface</a>	El dissenyador d'interface determina les característiques i el funcionament dels mecanismes o sistemes que permeten la interacció entre l'ordinador i l'usuari (interfície).	<ul style="list-style-type: none"><li>Formació: Enginyeria tècnica o superior amb especialització informàtica.</li><li>Experiència: La utilització de les tecnologies d'interacció entre ordinadors i usuaris, tecnologies de gràfics, vídeo i so, llenguatges i eines per a la programació d'aplicacions informàtiques, etc.</li><li>Competències: <a href="#">Pensament analític</a> i <a href="#">conceptual</a>, <a href="#">orientació al assoliment</a> i <a href="#">aprenentatge i utilització de coneixements</a>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>És força important que els professionals disposin de coneixement en determinades eines de disseny gràfic i disseny web.</li><li>Pel que fa als coneixements d'idiomes, és bàsic disposar de coneixements en anglès.</li></ul>
9	<a href="#">Periodista polivalent</a>	Es denomina periodista polivalent als i les professionals dels mitjans de comunicació que, tot respectant els preceptes ètics i el marc legal, busquen, recopilen, tracten, elaboren, presenten, difonen i/o gestionen informació d'actualitat sobre diversos temes i/o per a diferents suports.	<ul style="list-style-type: none"><li>Formació: Formació universitària en periodisme.</li><li>Experiència: Caldrà que el professional, a més de disposar de coneixements en premsa escrita, disposi de coneixements d'eines digitals.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Les competències més necessàries són: <a href="#">creativitat</a>, <a href="#">treball en equip</a> i <a href="#">cooperació</a>, <a href="#">comunicació</a> i <a href="#">flexibilitat</a> i <a href="#">gestió del canvi</a>.</li></ul>

## 4.2. Ocupacions de menor qualificació més demandades

Ocupació	Descripció	Requisits valorats (Formació, experiència i competències)	Altres aspectes destacats
1 <a href="#">Programador/a multimèdia</a>	El programador multimèdia és el professional que s'encarrega de la programació d'un producte multimèdia (llocs web, videojocs, cursos de formació en suport digital, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Cursos d'especialització en tecnologia multimèdia: edició, vídeo, àudio, imatge en 2D i 3D, etc. i/o cursos d'especialització en llenguatges de programació.</li> <li>Experiència: Cal acreditar experiència prèvia de mínim un any.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El nivell d'anglès requerit és cada cop major per a totes les posicions de baixa qualificació.</li> <li>Tot i que la formació prèvia és important, el que més es valora en aquestes ocupacions es correspon a l'experiència prèvia en posicions similars.</li> </ul>
2 <a href="#">Tècnic/a en control de qualitat multimèdia</a>	La funció del tècnic en control de qualitat és garantir el bon funcionament dels productes interactius que es comercialitzen o que estan actius a la xarxa, segons els plans previstos pels analistes i dissenyadors multimèdia i pel responsable editorial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formació: Cal disposar de coneixements dels programes utilitzats i cal conèixer les tendències actuals del sector.</li> <li>Competències: <a href="#">Preocupació per l'ordre i la qualitat.</a></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Els cicles formatius ofereixen moltes oportunitats als professionals del sector i també hi ha cursos d'especialització en programació que els hi donen una visió, en molts casos, molt més pràctica que la que ofereixen les universitats.</li> </ul>
3 <a href="#">Mobile Game Developer</a>	El/la Mobile Game Developer s'ocupa del desenvolupament d'aplicacions de videojocs 2D/3D per a dispositius mòbils, tant siguin jocs indie (jocs independents) com jocs massius (jocs adreçats al gran públic). Dissenya, desenvolupa i realitza el manteniment de videojocs oferint solucions creatives en cada moment, amb l'objectiu de construir jocs divertits i de qualitat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Experiència: Tot i que cal conèixer la programació determinada per a aquest tipus de jocs, el que més es valora en aquesta posició és l'experiència prèvia en posicions similars.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Els cicles formatius ofereixen moltes oportunitats als professionals del sector i també hi ha cursos d'especialització en programació que els hi donen una visió, en molts casos, molt més pràctica que la que ofereixen les universitats.</li> </ul>

## 5. Conclusions i Projectió futura

### Redefinició i noves oportunitats



- Les empreses poden redefinir-se gràcies als nous mitjans de comunicació que posa a la seva disposició el sector, tot promovent una millora de la percepció que els usuaris tenen de la seva marca o producte. D'altra banda, les noves tecnologies permeten incrementar les audiències susceptibles de rebre informació sobre els béns i els serveis de la companyia.
- Les empreses han disminuït el seu pressupost destinat a la publicitat i això ha comportat que les empreses de comunicació tinguin majors problemes per finançar-se. Per tant, les empreses que fins ara només s'havien dedicat a un àmbit del sector, cal que desenvolupin altres àrees per a mantenir el seu negoci com ara el desenvolupament de continguts digitals o una major especialització en un àmbit sectorial.

### Els professionals del sector de la comunicació



- Els professionals d'aquest sector es caracteritzen principalment per haver de d'adaptar les seves competències a noves necessitats que requereix la comunicació, per tant, és important que disposin d'un tarannà flexible, amb capacitat per adaptar-se fàcilment als canvis. En aquest sentit existeix una àmplia oferta formativa adreçada a garantir l'actualització constants dels professionals del sector.
- Tot i que gran part de les empreses subcontracten a agències de comunicació per portar a terme la seva estratègia de comunicació, es demandaran professionals amb coneixements transversals i polivalents per desenvolupar el pla de comunicació de les empreses, especialment, d'aquelles empreses amb una plantilla gran o amb elevats volums de facturació i grans necessitats de donar-se a conèixer a la societat.

### Alertes



- L'auge d'Internet pot comportar una disminució dels ingressos de les empreses de comunicació donat que permet als usuaris accedir a continguts de premsa, a pel·lícules i a sèries televisives de forma gratuïta i en molts casos sense garantir el ple compliment dels drets de propietat intel·lectual.
- En termes polítics i socials, la crisi econòmica i la concentració de mitjans de comunicació en algunes empreses té la tendència de disminuir la pluralitat dels continguts que s'ofereixen. Per exemple, una companyia que abans disposava de 20 diaris i ara de 5, pot patir el risc de concentrar grans grups mediàtics amb una mateixa opinió.

### Fortaleses



- L'auge del sector de les telecomunicacions i les TIC suposa l'establiment de nous mecanismes de comunicació de tipus digitals. Aquests nous mecanismes i canals de comunicació digital poden comportar la creació de nous llocs de treball o noves experiències professionals. L'aparició d'aquests nous canals de comunicació digital també suposen un punt fort per a les companyies a la hora de consolidar-se en els mercats.
- Tant a l'Estat Espanyol com a Catalunya, el teixit de la comunicació està força consolidat i hi ha una forta tradició. Amb el temps, la oferta formativa es cada cop major i hi ha un gran volum de companyies establertes com per exemple, El Grup Godó.

**Les noves tecnologies ofereixen considerables oportunitats al sector de la comunicació, tot establint nous canals per arribar a les seves audiències i permetent una difusió a escala global dels continguts produïts.**



**Fonts:** Darreres dades disponibles. INE; Baròmetre de la comunicació i la cultura; Idescat; Memòria de l'Institut Català de les Indústries Culturals; Notícies del col·legi de periodistes; Pr Comunicació; Informe: Perspectives Wellcomm de la comunicació 2014: cómo marcar tendència. Premsa: El Mundo, 5 Días, La Vanguardia; 20 minutos.

#### Articles i informes consultats:

- ✓ Redacció. (2014). El Mercat Audiovisual de Catalunya presenta les noves tendències del sector. *Comunicació 21*.
- ✓ Pla, R. (2014). La indústria mòbil como sector emergente: una apuesta clave para Barcelona. *EducaWeb*.
- ✓ Administrador. (2014). Internacionalización de videojuegos: qué es, cómo se hace y cómo conseguir compañeros en esta fase. *DEV*.
- ✓ Vilaró, B. (2014). El 27% d'empreses del sector dels videojocs es troba a Catalunya. *Ara.Cat*.
- ✓ Redacció. (2013). En 2013 han cerrado en España 73 medios de comunicación y han perdido su trabajo 4.434 periodistas. *Periodista Digital*.
- ✓ Mas, A. (2013). Videojocs en eferescència. *La Vanguardia*.
- ✓ Redacció. (2013). L'Informe de la comunicació a Catalunya 2011-2012 constata la capacitat de resistència del sector de proximitat. *Directe Cat*.
- ✓ Civil, M; Blasco, J.J.; Guimerà, J.A. (2012). Informe de la Comunicació a Catalunya 2011 – 2012. *Institut de la comunicació – Universitat Autònoma de Barcelona*.
- ✓ Redacció. (2010). Anàlisi dels sectors emergents de la cultura i la comunicació: el sector dels videojocs a Catalunya. *Generalitat de Catalunya*.
- ✓ Sieber, S. y Valor, J. (2008). El sector de las tecnologías de la información y comunicación en España en el contexto europeo: evolución y tendencias. *Cuadernos del eB Center*.

## 6. Webgrafia sectorial complementària

- ✓ El portal Català del Sector de la Comunicació  
<http://comunicacio21.cat/>
- ✓ Associació Catalana de Premsa Cultural  
[www.premsa.comarcal.cat](http://www.premsa.comarcal.cat)
- ✓ L'Associació pel Desenvolupament Espanyol dels Videojocs  
<http://www.dev.org.es/>
- ✓ Comunicació 21  
<http://comunicacio21.cat>

### Catàleg d'ocupacions de Barcelona Treball

Vols ampliar la informació de les principals ocupacions del Sector? Coneix el detall de les tasques que realitza cada professional, la formació necessària per a treballar-hi, les competències clau associades i les ofertes de feina publicades als principals portals de feina.

[www.bcn.cat/treball](http://www.bcn.cat/treball) > [Sectors econòmics](#)  
> [Cercador d'ocupacions](#)

Elaborat per:

**Deloitte.**

Cofinancen:



**Generalitat  
de Catalunya**



**Unió Europea**  
Fons Europeu  
de Desenvolupament  
Regional

"Una manera de fer Europa"