

## Presentació

L'era de la convergència tecnològica ha començat. La convergència dels serveis i de les plataformes de comunicació és una realitat cada dia més present en tots els àmbits de la vida i de la societat. La definició de convergència proposada per l'Ofcom britànica ens pot servir de guia per als nostres propòsits. Per convergència, l'Ofcom entén "La capacitat dels consumidors d'obtenir serveis múltiples des d'una única plataforma o dispositiu, o d'obtenir qualsevol servei disponible en plataformes o dispositius múltiples". Aquesta definició distingeix clarament entre serveis i plataformes, alhora que centra l'interès del canvi en la iniciativa i la satisfacció del consumidor. Però si bé el consumidor és el beneficiari últim dels serveis de la nova era digital en xarxa, els fenòmens de convergència tenen un impacte creixent en tots els sectors, activitats i actors afectats: empreses, operadors, autoritats reguladores, mitjans de comunicació, rutines professionals, circuits de distribució, formació, etc.

Atesa la transcendència d'aquesta transformació tecnològica i cultural, *Quaderns del CAC* ha volgut dedicar un número doble al monogràfic *Convergència tecnològica i audiovisual* per debatre i avaluar l'impacte específic de la convergència en el món de l'audiovisual. Oferim, doncs, en aquest número 31-32 un enfocament ampli de l'estat de la qüestió sobre tendències, perspectives, oportunitats i també riscos de la nova era que la convergència inaugura. Hem ordenat els diferents textos des del més general fins al més particular. En el primer bloc oferim els articles referits a les transformacions derivades dels processos de la convergència tecnològica, per continuar amb les contribucions més particulars sobre àmbits o aspectes de la comunicació audiovisual especialment afectats per aquells processos.

**Javier Echeverría** obre el monogràfic ("Els dos grans processos de convergència tecnològica") amb un assaig d'interpretació general sobre els dos grans processos de convergència tecnològica en marxa, el de les TIC (tecnologies de la informació i comunicació) i el del sistema NBIC (Nano-Bio-Info-Cogno). **Enric Plaza** aborda l'anàlisi dels nous sistemes intel·ligents de la mediació social en el pas d'un model de distribució de continguts centralitzat a un de reticular ("Ultrapassant Babel: mediació social i sistemes intel·ligents en el descobriment, filtratge, acreditació i personalització de continguts digitals").

**Josep Ramon Ferrer** presenta una visió panoràmica ("La convergència tecnològica: un estat de la qüestió") sobre les infraestructures i les xarxes de la convergència, així com les perspectives en els consums audiovisuals. **Joan Majó** ("Tendències de futur en l'audiovisual") se centra a detectar els grans eixos de l'evolució de l'audiovisual, que situa en tres àmbits: les tecnologies, els hàbits de consum i les pressions econòmiques i polítiques.

**Emili Prado** analitza de forma sistemàtica ("Reptes de la convergència digital per la televisió") les transformacions més rellevants de la digitalització en relació amb l'audiovisual i els seus tres processos bàsics: la producció de continguts, la transmissió i la recepció. **J. Ignasi Ribas** argumenta les propietats intrínseques del discurs interactiu ("Integració de mitjans en el discurs interactiu: el cas de la difusió cultural") i en destaca la capacitat il·limitada en les formes d'integració de mitjans, com també les dificultats d'incorporació de les noves aplicacions. **Hugo Pardo, Joel Brandt i Juan Pablo Puerta** indaguen en la nova cultura de la mobilitat ("*Mobile Web 2.0*. La nova indústria de la comunicació mòbil") i exposen un panorama teòric i tècnic de l'evolució dels telèfons mòbils vers aplicacions col·laboratives via internet.

**Ángel García Castillejo** planteja una revisió jurídica global a Espanya en matèria audiovisual ("Convergència i legislació general audiovisual a Espanya") arran de la convergència entre el sector de les telecomunicacions i el sector audiovisual, i argüeix la conveniència d'una autoritat audiovisual dins de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). **Pere Vila** examina amb detall ("Convergència de continguts") l'adequació d'una corporació pública audiovisual a les noves exigències de la convergència, sobretot en les polítiques de producció de continguts.

**David Sancha** explora l'impacte de la convergència sobre el periodisme tradicional ("La convergència de redaccions en l'era del *jardí obert*"), que es veu obligat a redefinir noves estratègies de desenvolupament tecnològic i a pensar en redaccions integrades i en periodistes polivalents. **Pere Masip i Josep Lluís Micó** tracten d'avaluar precisament la figura del periodista polivalent ("El periodista polivalent en el marc de la convergència empresarial") a partir de diferents experiències i de les percepcions dels mateixos professionals. **Genís Roca** aborda els reptes que planteja la convergència als mitjans de comunicació des del punt de vista del mercat ("La convergència dels mitjans i la guerra de les audiències"), i apunta línies per fidelitzar les audiències disposant de múltiples plataformes en diferents suports.

**Sonia Livingstone, Uwe Hasebrink, Carmelo Garitonandia i Maialeu Garmendia** presenten els primers resultats d'un ampli estudi comparat sobre els nivells de risc en l'ús d'internet per part dels infants ("Comparativa dels riscos en línia que afronten els nens europeus: reflexions de l'ús d'internet per part dels joves al Regne Unit, Alemanya i Espanya" amb propostes de línies de recerca i de polítiques públiques. I **Núria Almiron i Josep Manuel Jarque** tanquen el monogràfic amb una mirada crítica al "discurs digitalista" dominant ("Mite, digitalisme i convergència tecnològica: discursos hegemònics i economia política").

Finalment, a més del tema monogràfic, aquest número doble incorpora també les seccions habituals. En l'Observatori, incloem cinc contribucions notables de la recerca catalana recent: "El sorgiment d'un nou imaginari a la ficció televisiva de qualitat", d'**Anna Tous**; "La ficció televisiva de TV3 i la identitat cultural catalana: estudi de cas de la *sitcom Plats bruts*", de **Luisa Martínez García**; "Anàlisi de les fonts informatives i del respecte deontològic en situacions de crisi: el tractament televisiu del cas Carmel", de **Carles Pont**; "L'eficàcia de l'emplaçament de productes entre els infants: una prova experimental", de **José Fernández Cavia, Assumpció Huertas Roig i Mònika Jiménez Morales**, i "Anàlisi de la comprensió per part de l'alumnat sord dels documents televisius subtitulats i criteris de millora", de **Cristina Cambra, Núria Silvestre i Aurora Leal**.

**Josep Gifreu**  
Director