
Presentación

La era de la convergencia tecnológica ha empezado. La convergencia de los servicios y de las plataformas de comunicación es una realidad cada día más presente en todos los ámbitos de la vida y de la sociedad. La definición de convergencia propuesta por la Ofcom británica puede servirnos de guía para los nuestros propósitos. Por convergencia, la Ofcom entiende “La capacidad de los consumidores de obtener servicios múltiples desde una única plataforma o dispositivo, o de obtener cualquier servicio disponible en plataformas o dispositivos múltiples”. Esta definición distingue claramente entre servicios y plataformas, a la vez que centra el interés del cambio en la iniciativa y la satisfacción del consumidor. Pero si bien el consumidor es el beneficiario último de los servicios de la nueva era digital en red, los fenómenos de convergencia tienen un impacto creciente en todos los sectores, actividades y actores afectados: empresas, operadores, autoridades reguladoras, medios de comunicación, rutinas profesionales, circuitos de distribución, formación, etc.

Dada la trascendencia de esta transformación tecnológica y cultural, *Quaderns del CAC* ha querido dedicar un número doble al monográfico *Convergencia tecnológica y audiovisual para debatir y evaluar el impacto específico de la convergencia en el mundo del audiovisual*. Ofrecemos, pues, en este número 31-32 un amplio enfoque del estado de la cuestión sobre tendencias, perspectivas, oportunidades y también riesgos de la nueva era que la convergencia inaugura. Hemos ordenado los diferentes textos desde el más general hasta el más particular. En el primer bloque ofrecemos los artículos referidos a las transformaciones derivadas de los procesos de la convergencia tecnológica, para continuar con las contribuciones más particulares sobre ámbitos o aspectos de la comunicación audiovisual especialmente afectados por aquellos procesos.

Javier Echeverría abre el monográfico (“Los dos grandes procesos de convergencia tecnológica”) con un ensayo de interpretación general sobre los dos grandes procesos de convergencia tecnológica en marcha, el de las TIC (tecnologías de la información y comunicación) y el del sistema NBIC (Nano-Bio-Info-Cogno). **Enric Plaza** aborda el análisis de los nuevos sistemas inteligentes de la mediación social en el paso de un modelo de distribución de contenidos centralizado a uno reticular (“Ultrapasando Babel: mediación social y sistemas inteligentes en el descubrimiento, filtraje, acreditación y personalización de contenidos digitales”).

Josep Ramon Ferrer presenta una visión panorámica (“La convergencia tecnológica: un estado de la cuestión”) sobre las infraestructuras y las redes de la convergencia, así como las perspectivas en los consumos audiovisuales. **Joan Majó** (“Tendencias de futuro en el audiovisual”) se centra en detectar los grandes ejes de la evolución del audiovisual, que sitúa en tres ámbitos: las tecnologías, los hábitos de consumo y las presiones económicas y políticas.

Emili Prado analiza de modo sistemático (“Retos de la convergencia digital para la televisión”) las transformaciones más relevantes de la digitalización en relación con el audiovisual y sus tres procesos básicos: la producción de contenidos, la transmisión y la recepción. **J. Ignasi Ribas** argumenta las propiedades intrínsecas del discurso interactivo (“Integración de medios en el discurso interactivo: el caso de la difusión cultural”) y destaca la capacidad ilimitada en las formas de integración de medios, como también las dificultades de incorporación de las nuevas aplicaciones. **Hugo Pardo, Joel Brandt y Juan Pablo Puerta** indagan en la nueva cultura de la movilidad (“*Mobile Web 2.0*. La nueva industria de la comunicación móvil”) y exponen un panorama teórico y técnico de la evolución de los teléfonos móviles hacia aplicaciones colaborativas vía internet.

Ángel García Castillejo plantea una revisión jurídica global en España en materia audiovisual (“Convergencia y legislación general audiovisual en España”) a raíz de la convergencia entre el sector de las telecomunicaciones y el sector audiovisual, y arguye la conveniencia de una autoridad audiovisual dentro de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT). **Pere Vila** examina con detalle (“Convergencia de contenidos”) la adecuación de una corporación pública audiovisual a las nuevas exigencias de la convergencia, sobre todo en las políticas de producción de contenidos.

David Sancha explora el impacto de la convergencia sobre el periodismo tradicional (“La convergencia de redacciones en la era del *jardín abierto*”), que se ve obligado a redefinir nuevas estrategias de desarrollo tecnológico y a pensar en redacciones integradas y en periodistas polivalentes. **Pere Masip y Josep Lluís Micó** tratan de evaluar precisamente la figura del periodista polivalente (“El periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial”) a partir de diferentes experiencias y de las percepciones de los mismos profesionales. **Genís Roca** aborda los retos que

plantea la convergencia a los medios de comunicación desde el punto de vista del mercado (“La convergencia de los medios y la guerra de las audiencias”) y apunta líneas para fidelizar las audiencias disponiendo de múltiples plataformas en diferentes soportes.

Sonia Livingstone, Uwe Hasebrink, Carmelo Garitonandia y Maialeu Garmendia presentan los primeros resultados de un amplio estudio comparado sobre los niveles de riesgo en el uso de internet por parte de los niños (“Comparación de los riesgos en línea que afrontan los niños europeos: reflexiones del uso de internet por parte de los jóvenes en el Reino Unido, Alemania y España”) con propuestas de líneas de investigación y de políticas públicas. Y **Núria Almiron** y **Josep Manuel Jarque** cierran el monográfico con una mirada crítica al “discurso digitalista” dominante (“Mito, digitalismo y convergencia tecnológica: discursos hegemónicos y economía política”).

Finalmente, además del tema monográfico, este número doble incorpora también las secciones habituales. En el Observatorio incluimos cinco contribuciones notables de la investigación catalana reciente: “El surgimiento de un nuevo imaginario en la ficción televisiva de calidad”, de **Anna Tous**; “La ficción televisiva de TV3 y la identidad cultural catalana: estudio de caso de la sitcom *Plats bruts*”, de **Luisa Martínez García**; “Análisis de las fuentes informativas y del respeto deontológico en situaciones de crisis: el tratamiento televisivo del ‘caso Carmel’ de Barcelona”, de **Carles Pont**; “La eficacia del emplazamiento de productos entre los niños: una prueba experimental”, de **José Fernández Cavia, Assumpció Huertas Roig y Mònika Jiménez Morales**, y “Análisis de la comprensión por parte del alumnado sordo de los documentos televisivos subtítulos y criterios de mejora”, de **Cristina Cambra, Núria Silvestre y Aurora Leal**.

Josep Gifreu
Director