

## EDITORIAL

Aquest número 1 de Obra Digital, inaugura la revista que incorpora el tema monogràfic: Convergència mediàtica digital: el consum de continguts i l'ús de nous mitjans per dones a Catalunya

Des de fa 20 anys, el sector audiovisual viu una important transformació, tant de l'oferta com del consum. La convergència anuncia la coexistència dels nous mitjans digitals amb l'apogeu d'una cultura participativa, protagonitzada per comunitats d'usuaris amb una activitat quasi frenètica (Jenkins,2008). Noves modalitats de treball cooperatiu que permeten la creació i recreació grupal de continguts, i la creació de comunitats d'usuaris que utilitzen i reutilitzen les noves modalitats de serveis. En aquest context, augmenta la segmentació, la fragmentació i l'abonament dels usuaris (Tous, 2009), perquè la tipologia de les plataformes de continguts ha variat de manera significativa, s'han incorporat els dispositius mòbils i s'han diversificat i sofisticat les ofertes a Internet. Aquesta situació va acompanyada d'un canvi d'estratègia per a la producció, la comercialització i l'exhibició de continguts. Els continguts s'han multiplicat, s'han transformat i s'han hibridat, i ara estan disponibles en diferents suports gràcies a les Tecnologies de la Informació i Comunicació, que permeten fer produccions més barates i de fàcil accés a la xarxa. Productors i usuaris es confonen en un món d'informació ampli que fa difícil reconèixer on comença i acaba un contingut. Es tracta d'una constant confluència d'informació amb mitjans i continguts que s'alternen. La dona representa un paper important, i això ho saben els productors de continguts, agències, universitats, etc., ja que tots ells es beneficien d'entendre l'ús i el consum dels mitjans a través dels estudis de gènere.

Amb la present investigació els autors mostren un cas d'estudi en l'àmbit català i ofereixen un mapa per destacar el panorama que indica que la indústria mediàtica a Catalunya es troba en un moment d'evolució i expansió, i representa per tant, un canvi cultural, ja que anima els consumidors a buscar nova informació i establir connexions entre continguts mediàtics.

Dra. Ruth S. Contreras Espinosa

Editora