

A inicios del nuevo milenio, el escenario de la comunicación descansa en la convergencia de las industrias de las telecomunicaciones, la informática y los contenidos. Las transformaciones en el terreno de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) anuncian una nueva era, saludada con optimismo por unos y con pesimismo por otros, que temen, y con razón, el control monopólico de los medios. Pero lo que nadie puede negar, es la magnitud de la revolución tecnológica que guía la Sociedad, ahora ya, del conocimiento.

En la nueva era, surgirán nuevas formas de transmitir los contenidos que desembocarán en una nueva forma de construir el conocimiento. Y ahí, en ese nuevo escenario que traspasa las fronteras hasta ahora conocidas, deberán situarse las actuales interacciones en los medios: prensa, radio, televisión y Internet.

La convergencia mediática es pues una realidad tal que ha conducido a la redefinición de la industria del conocimiento como uno de los grandes retos de la era digital. En un entorno donde desaparecen las fronteras entre medios masivos y servicios de comunicación, ésta puede entenderse como un fenómeno interactivo con múltiples dimensiones: tecnológicas, económicas, sociales y políticas. Las barreras entre contenidos informativos, opinativos y propagandísticos son cada vez más difusas.

Porque necesitamos argumentos y contraargumentos para construir nuestros relatos docentes actualizados y para nuestra tarea investigadora, las investigaciones son cada vez más imprescindibles en este contexto, razón por la cual presentamos esta publicación de Communication Papers, el número 9.

Carmen Echazarreta
Editora