

Comunicación audiovisual y multimedia:

POR **HIPÓLITO VIVAR ZURITA**

La Sociedad de la Información, ligada a las redes y a las tecnologías digitales, necesita profesionales que articulen la formación en comunicación con el conocimiento de las nuevas tecnologías audiovisuales acordes con el papel crucial que desempeñan en la transformación de todos los aspectos de la vida económica y social. La comunicación en especial exige nuevos currícula de formación adaptados a Internet y el multimedia.

Nuestra sociedad confía hoy más que nunca en sus Universidades para afrontar nuevos retos, los derivados de la sociedad del conocimiento en los albores del presente siglo (01) .

Los cambios tecnológicos

Es ya un lugar común decir que gracias a las nuevas tecnologías las infraestructuras se modifican, se alteran los procesos y se cambian los valores y las actitudes de las personas. Como resultado, aparece otra forma de organización entre los individuos y los grupos centrada en la economía y en la sociedad. En suma, una nueva cultura (02) .

Aún más, el siglo XXI implica una profunda transformación en la tecnología y, a raíz de ésta, los diferentes sectores económicos se renuevan y cambian no sólo sus herramientas, sino también sus procesos productivos. En este entorno cambiante, los profesionales de cualquier área necesitan un aprendizaje continuo debido a la flexibilidad que requiere su trabajo en constante ajuste con el mercado.

Este conjunto de transformaciones sociales se designa con diferentes expresiones: nueva

economía, sociedad del conocimiento, mundo digital, o Sociedad de la Información. De ellas, quizás la más utilizada sea esta última. Dada la multiplicidad de significados que el término □Sociedad de la Información□ genera entre los distintos autores, parece oportuno optar por una definición: □La Sociedad de la Información es un estadio de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y Administración Pública) para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera□ (03) .

La creación de contenidos

El desarrollo de la Sociedad de la Información implica la demanda de muchos perfiles profesionales, tanto tradicionales, informáticos e ingenieros de telecomunicaciones, como otros nuevos surgidos fundamentalmente por la introducción de forma masiva de Internet en todos los sectores industriales. Pero la generación de empleo en el presente y en un previsible futuro no pasa únicamente por una mayor demanda de tecnólogos, sino también y especialmente por la formación de nuevos profesionales: □los creadores de contenidos□.

La creación de contenidos digitales es fundamental en la formación de una cultura europea: □El grado en que la industria europea de contenidos sea capaz de anticiparse y acomodarse a esos cambios será un factor vital en su competitividad y, por lo tanto, un gran desafío político planteado por la convergencia□ (04) . Por ello, la producción de los contenidos comunicativos que cada país e incluso cada región sea capaz de generar emerge como un factor estratégico en la era digital. La Unión Europea a través de diversos informes y comisiones ha puesto de manifiesto que los contenidos digitales tienen una función clave en el establecimiento de una Sociedad de la Información común.

En el cuadro 1 elaborado por Telefónica I+D se muestra una relación de categorías relacionadas con nuevas profesiones para la Sociedad de la Información que incluye ya algunos perfiles relacionados con la creación de los contenidos: Diseñador Multimedia, Profesores on line, Diseñadores de Contenidos de formación *on line* y Publicistas *on line*.

Ver cuadro (01)

Nuevas profesiones originarias del campo audiovisual que se modernizan y amplifican en la Sociedad de la Información. La industria de los contenidos, desde la edición bibliográfica hasta los medios audiovisuales digitales, no beneficia únicamente a los sectores implicados; al mismo tiempo, supone una reactivación de los sectores de las telecomunicaciones y de la informática que han experimentado un fuerte crecimiento, al beneficiarse del reciclaje de productos y el lanzamiento de servicios innovadores. La industria de los contenidos es vital por sus repercusiones en la economía y en la sociedad generando 412.000 millones de euros o, lo que es lo mismo, el 5 por ciento del PIB europeo por delante de sectores tan pujantes como son el de las comunicaciones (221.000 millones de euros) o el del *hardware - software* (189.000 millones de euros) (05) .

Este crecimiento del mercado audiovisual ofrece unas posibilidades de creación de empleo incuestionables. La demanda global de profesionales en Tecnologías de la Información y la Comunicación crece a un ritmo tan fuerte que es difícil, por no decir imposible, que el sistema educativo sea capaz de cubrir las peticiones que genera el sector, como se señala desde distintos informes europeos: «Es en este contexto en donde el audiovisual, sector estimado de fuerte crecimiento en el periodo 1995-2005 debería beneficiarse del crecimiento de los productos y servicios más innovadores. El crecimiento del mercado audiovisual es estimado en un 70 por ciento de aquí a 2005, y los ingresos de las industrias europeas de contenido debería crecer un 55 por ciento» (06) . En este sentido, la aparición de las nuevas tecnologías en los medios audiovisuales tradicionales, como son el cine, la radio o la televisión digitales e interactivos, han repercutido en el enriquecimiento de sus propias categorías laborales, favoreciendo la movilidad de la demanda y las competencias múltiples en el mercado de trabajo.

Otro aspecto importante es la labor de divulgación que realizan las grandes empresas que desarrollan las altas tecnologías y que pone al alcance del público no sólo el conocimiento sobre las últimas novedades del sector, sino incluso la posibilidad de su adquisición.

El auge de la formación en audiovisuales

En este escenario, las nuevas generaciones de estudiantes aprecian la industria audiovisual como un sector con futuro, aupado además por los medios de comunicación. Desde la prensa escrita y la edición de libros hasta el diseño gráfico y la publicación electrónica; desde la empresa discográfica y la radio hasta la postproducción sonora y los canales de audio digital, o desde el cine y la televisión hasta los multimedia y el Internet, las nuevas tecnologías del audiovisual se autopromocionan. Los diferentes medios de comunicación ofrecen una óptica positiva del panorama del audiovisual atrayendo a los jóvenes hacia este sector y provocando una demanda espectacular de la formación audiovisual.

Para cubrir estas expectativas, es lógico pensar en la necesidad de desarrollar una red formativa que atienda esta demanda, pero aquí comienza el problema. El impresionante incremento de la oferta pública y privada en el sector de la formación en nuevas tecnologías, desde cualquier rincón del país, no es fruto de la reflexión, o de la investigación y ni siquiera del debate con los principales actores implicados, sino de coyunturas económicas y políticas.

Si trazamos un orden jerárquico de la administración del Estado, veremos que desde los gobiernos tanto central como autonómicos, e incluso desde los ayuntamientos y las juntas de distrito se trata de aprovechar influencias, subvenciones y edificios disponibles para montarse su escuela sin que sus planes de estudios, y menos aún sus docentes, tengan una mínima planificación respecto a las necesidades de la industria en sus contenidos o en sus demandas geográficas. El resultado es una masificación de titulados con ninguna capacidad técnica y cero conocimientos sobre el proceso productivo del sector industrial, donde teóricamente tienen que integrarse una vez que finalizan sus estudios.

Por otra parte, los acuerdos entre fabricantes de equipos y desarrolladores de *software* con

empresas proveedoras de servicios y escuelas privadas dan como resultado que el mercado disponga rápidamente de operadores de marcas concretas, especialistas con buenos conocimientos técnicos, pero nula sensibilidad creativa para obtener la máxima expresividad en sus producciones. Y todo ello en un sector donde su propia inercia implica cambios continuos y un rápido crecimiento.

La anarquía, resultante de una formación improvisada e incorrectamente enfocada, da como resultado una confusión total de la cual saca partido a corto plazo la industria, perjudicando claramente el desarrollo futuro. El desbarajuste entre funciones y relaciones de unas categorías laborales con otras nuevas, que aparecen, favorece la creación de subempleo y la temporalidad en la contratación de los trabajadores. El grado superior profesional suele ofrecer en algunos campos formación para categorías similares a las que se presentan en los niveles universitarios. Así ocurre en la actualidad con la formación profesional en Realización en medios audiovisuales y espectáculos que entra en fricción con la enseñanza de la Licenciatura de Comunicación Audiovisual que se dedica a preparar entre otras categorías, la de realizador (07) . La confusión resultante hace que el ejercicio de la actividad profesional como autoformación adquiera gran relevancia y los cursos específicos en el dominio de nuevas herramientas alcancen mayor preeminencia en detrimento de los conocimientos teórico-expresivos que ofrece la enseñanza reglada.

Las Facultades de Ciencias de la Información

El nacimiento de las Facultades de Ciencias de la Información (hace más de un cuarto de siglo) se ha convertido en un factor determinante en el desarrollo del conocimiento y la investigación de la Sociedad de la Información. Nos encontramos en la situación paradójica de que, siendo las Ciencias de la Comunicación, y dentro de éstas la Comunicación Audiovisual, una de las fuerzas motrices en la sociedad y la economía de la cultura global que caracteriza a la Sociedad de la Información, su contenido científico carece de identidad propia.

Sus múltiples manifestaciones: transmisión por satélite, radio digital, sistemas multimedia, realidad virtual, Internet, diseño gráfico, edición no lineal, postproducción digital y un sinfín de nuevos soportes, instrumentos y procesos carecen del respaldo de la comunidad científica de la universidad española, centrada en otros campos de las Ciencias Sociales que gozan de un estatuto centenario.

La nula consideración que merecen las Ciencias de la Comunicación dentro del sistema universitario parte en gran medida de los errores de aquellos que fundaron estas facultades desde una perspectiva confusa en cuanto a sus objetivos. Estas actitudes han influido irreversiblemente en la consolidación de unos planes de estudios erráticos, y precarios en cuanto recursos de docencia e investigación, alejados años luz de un sector industrial que desconocen y de una comunidad científica que se plantea la justificación del audiovisual como unos estudios de carácter universitario.

Así, y como se ha afirmado recientemente: El significado es bien patente. Los medios de

comunicación o no existen, o no constituyen ningún interés científico y social. Ya sea porque se considere que su objeto no es digno de ser estudiado o porque el nivel que han alcanzado sus investigaciones es deficiente... En el fondo no se considera que las Ciencias de la Comunicación posean carácter científico y no se valora su aportación, con ser mucha, a la cultura (08) . Como consecuencia de todo ello, los proyectos de investigación y los currículos docentes con contenidos en Ciencias de la Comunicación y particularmente en nuevas tecnologías audiovisuales son valorados con frecuencia por personas no expertas en la materia provenientes de áreas de las Ciencias Sociales totalmente alejadas de este campo científico (Ciencia Política y de la Administración, Psicobiología, Didáctica y Organización Escolar o Sociología, junto con un largo etcétera de eruditos exógenos). El resultado es la creación de un círculo vicioso: se destinan pocos fondos para la investigación en Ciencias de la Comunicación y a la par se aborta el desarrollo científico y tecnológico en este campo, la única puerta que abriría el camino a una identidad cultural propia.

El sector industrial del audiovisual

Sin embargo, la preparación para el ejercicio profesional que requiere el conocimiento de métodos científicos ha sido y es una de las funciones principales de la Universidad y los continuos cambios que se producen en nuestra sociedad desembocan en el incremento de mano de obra cualificada y de una diversificación en el mundo profesional y laboral. La Universidad pasa de ser elitista a estar masificada y a considerarse, por parte de la administración y de la sociedad en general, que su labor primordial es la inserción del licenciado en el mercado laboral.

Este objetivo implica un acercamiento entre la Universidad y el sector productivo en el que ejerce la docencia. De forma que se convierte en una obligación imperiosa tratar de identificar las necesidades de formación, de conocimientos y de provisión de profesionales.

La industria audiovisual ha estado formada tradicionalmente por equipos estables y generalmente estancos entre sí: la fotografía, la radio, el cine, la televisión y más tarde el vídeo son claros ejemplos. En la actualidad las fronteras entre estos sectores se han difuminado con la incorporación de la informática y las telecomunicaciones dando lugar a los denominados productos multimedia, donde aparecen nuevas funciones y profesionales que intervienen en varios sectores simultáneamente. La innovación técnica lleva aparejada nuevas funciones y una reorientación de los requisitos profesionales para llevarlas a cabo y se difumina la especialización en aras de la polivalencia: Ya no es ese profesional que procedía exclusivamente del campo de la informática y que hacía un diseño, ni el que procedía exclusivamente del campo audiovisual y que sabía hacer un relato, sino que los nuevos soportes están obligando a una integración de todos ellos en nuevos equipos de diseño y de producción... (09) .

En la actualidad, la realidad de la producción audiovisual hace difícil describir los diferentes subsectores de ésta. Las nuevas empresas tienen un enorme dinamismo exigido por la necesidad de amortizar rápidamente las frecuentes actualizaciones de sus equipos. Por ejemplo, si partimos de los códigos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de

1993, (véase cuadro 2) nos damos cuenta de que dentro de la industria audiovisual no figura la producción multimedia, cuando es precisamente la convergencia producida en el tratamiento informático lo que caracteriza actualmente la producción audiovisual.
Ver cuadro (02)

En el estudio realizado por la Fundación Audiovisual de Andalucía (10) (véase cuadro 3) se presenta una clasificación basada en un doble eje: la polivalencia funcional, la posibilidad de asumir diferentes funciones, y la polivalencia tecnológica, la capacidad de manejar varios equipos. Al mismo tiempo, arriesga una definición de los principales perfiles ocupacionales de cada una de las fases presentes, ahora sí, en la producción multimedia y describe cada uno de los puestos de trabajo. A cada una de estas capacidades profesionales correspondería un grupo de tareas integradas dentro del proceso productivo de la obra audiovisual y por ende multimedia. Desde el punto de vista de la formación, este estudio podía ser un ejemplo del contexto apropiado para plantear programas formativos tendentes a la inserción de nuevos efectivos laborales adecuadamente preparados para hacer frente a los continuos cambios del sector.

Ver cuadro (03)

Los nuevos roles: capacidades híbridas

La historia de los medios audiovisuales nos enseña que la aparición de nuevas tecnologías, con la consiguiente transformación de los puestos de trabajo, raramente reemplaza a las existentes, produciendo un cambio dramático pero no radical. Y ahora estamos ante una convergencia de soportes, gracias a los tratamientos digitales de las señales, que amplían enormemente la concepción del audiovisual transformándolo en multimedia, lo que podríamos llamar una "destrucción creativa del sector". La digitalización de los medios y sus múltiples convergencias [herramientas, fases productivas, o contenidos] ensanchan el campo de actuación de sus profesionales; es decir, afloran nuevas tareas, que son en realidad extensiones de las categorías precedentes.

Al mismo tiempo, Internet no sólo reestructura profundamente los medios precedentes, como en el caso de la digitalización del proceso productivo audiovisual, sino que además es el motor de un nuevo sector industrial. La gran variedad de nuevos empleos, sin precedentes en otras áreas, junto con su gran volumen de contenidos multimedia pone de manifiesto la aparición de nuevas estructuras con sus propios espacios y relaciones de trabajo que requieren roles híbridos: empleos más flexibles e integradores lejos de la tradicional dicotomía entre técnicos y creativos.

Las investigaciones sobre tendencias, cambios y nuevas oportunidades que la Sociedad de la Información ofrece a la industria de los medios audiovisuales y sus correspondientes modelos de formación han sido ampliamente estudiados en los trabajos de J. C. Burgelman, K. Ducatel Y M. Bogdanowicz en el *Institute for Prospective Technological Studies* (11) . La creación de

contenidos dentro de los nuevos roles en los medios digitales interactivos y la correspondiente descripción de tareas ha sido también utilizada en investigaciones muy recientes en la industria audiovisual británica (12) . A continuación se presenta un resumen del apartado dedicado a la creación de contenidos.

Ver cuadro (04)

Muchos de estos empleos requieren realizar una amplia variedad de funciones, con diversos equipos y en diferentes medios. Lo importante de las competencias profesionales solicitadas no es sólo el dominio de la técnica, imprescindible en el sistema productivo polivalente, sino la aplicación de otras capacidades intelectuales para la creatividad del trabajador: desarrollo de una cultura empresarial, reorganización del conocimiento y capacidad de adaptación (13)

Ver cuadro (05)

Los planes de estudio en la comunicación audiovisual

La clave de la formación en comunicación audiovisual en la Sociedad de la Información se encuentra en el grado de combinación entre la formación generalista en comunicación y la especializada en multimedia. Una enseñanza básica e interdisciplinar que permita la capacitación conceptual y metodológica necesaria, impartida en los centros reglados públicos y privados. Y una formación especializada en el aprendizaje de las herramientas, en el dominio de los procesos y en la capacidad de adaptación que requiere el proceso productivo, impartida en colaboración con las empresas: □Las industrias audiovisuales están experimentando el crecimiento de la demanda de profesionales con habilidades híbridas, expertos en multitarea, trabajo en equipos y el manejo de redes. La capacidad técnica en el puesto de trabajo necesita ser complementada con otra formación□ (14) .

Actualmente, la licenciatura de Comunicación Audiovisual es una carrera entroncada en las Ciencias Sociales, dentro del área de la Comunicación, por lo que precisa de una serie de fundamentos teóricos que fomenten las capacidades intelectuales, analíticas y críticas de los estudiantes. Se requiere, al mismo tiempo, una formación básica en Multimedia. El objetivo es formar en las bases tecnológicas de los procesos más que en los equipos, cambiantes por naturaleza; a partir de ahí llegan las especialidades formativas profesionales. La formación así desarrollada repercutiría en las titulaciones académicas y en las categorías laborales del sector, ordenándolas y actualizándolas.

Un ejemplo de la propuesta realizada lo encontramos en el proyecto de plan de estudios de Licenciatura bietápica en Audiovisual y Multimedia para la Escuela Superior de Comunicación Social de Lisboa en cuya elaboración ha participado el autor de este artículo (ver cuadro (06)). Se integran en esta licenciatura una conjunción de conocimientos teóricos, técnicos y prácticos necesarios en la concepción y ejecución de productos comunicativos multimedia,

con el apoyo de talleres profesionales, y que culminan en la presentación de un proyecto final interdisciplinar en el último año de licenciatura.

Podemos afirmar que las tendencias observadas y los análisis efectuados confirman que la industria en general precisa de mayor flexibilidad para poder adaptarse rápidamente a los cambios continuos de la tecnología: □Lo más importante, más que aprender tecnología, es aprender a aprender con la tecnología, y aprender a utilizar la información y a comunicarla□ (15) .

En esta espiral de transformaciones se generan nuevos roles, producidos por la convergencia de habilidades técnicas y creativas. La creación de contenidos adquiere una posición clave en la sociedad de la información europea. Se abren nuevas posibilidades en el sector audiovisual, se generan numerosos empleos que requieren profesionales con habilidades híbridas, que no pueden proveer las instituciones educativas actuales. Oportunidades de empleo y económicas que sólo la planificación de la educación y particularmente la creación de nuevas estrategias en la formación en Comunicación Audiovisual pueden satisfacer. La respuesta está en el cambio de actitudes didácticas. Los nuevos recursos pedagógicos que la Sociedad de la Información pone a disposición de los docentes para su reciclaje y el aprendizaje de por vida son algunos de los aspectos sobre los que debemos reflexionar, debatir y actuar para conseguir dotar de un perfil profesional a nuestros alumnos que les prepare a integrarse en la industria. Sólo así la Universidad cumpliría con los objetivos que hoy le asigna la sociedad del siglo XXI.