

Empleo digital: de la cultura a la comunicación

POR EDUARD DELGADO

Una reflexión sobre las nuevas relaciones entre cultura y comunicación en la era digital permite verificar sus puentes y alianzas crecientes, y su papel motor en la generación de empleo. Pero las iniciativas oficiales en este campo son aún escasas en la Unión Europea.

1. *Cultura y comunicación, eje en renovación*

Los estudios culturales dirigidos a la llamada gobernabilidad vuelven a ocuparse del empleo después de casi dos décadas desde su primera aparición en el panorama académico hace 20 años. El nuevo interés viene impulsado por la estría que la digitalización está trazando a lo largo y ancho de los sectores culturales y a la manera que ha afectado a los de la comunicación. Este acontecimiento vuelve a acercar los estudios sobre la relación entre las condiciones de las actividades cultural y comunicativa en las sociedades de economías rápidas basadas en la introducción de las tecnologías de la memoria y la información.

Los cambios substanciales experimentados en la última década por la memoria tecnológica en la comunicación social facilitan la concentración empresarial y el incremento de la información, con la consiguiente exclusión del mercado de un mayor número de mensajes. Este excedente de información acompañado por la aparente escasez de contenidos parece remitir la responsabilidad del conocimiento, la creación de significados y su diseminación al sector de la cultura, especialmente en sus manifestaciones interpretativas, expresivas y creativas.

Ya Sir Edmund Leach recordaba que ¿la cultura comunica; la compleja interconectividad de los acontecimientos culturales vehicula informaciones a quienes participan en dichas actividades? (01) y tal vez resulte intelectualmente rentable reactualizar las profundas relaciones entre ambas disciplinas en un momento de la modernización en el que la interpretación del mundo sobre bases culturales identitarias se proyecta al sistema universal de códigos.

En la diversificación e interpretación de este universo de códigos los estudios sobre la comunicación ya no pueden actuar en solitario sino que necesitan, de forma renovada, una mejor alianza con la fenomenología de la cultura inevitablemente centrada en el tratamiento de la identidad y la memoria. Los estudios culturales de corte angloamericano reparan en el valor del contexto:

?La pluralidad y la diversidad se valoran justamente pero no se trata de piezas flotantes en un puré aleatorio. Se requiere un contexto y una estructura y ello significa contar con la historia. Sin historia, no se pueden sacar conclusiones culturales?. (02) . Y sin historia no se puede hablar de la construcción de identidades, especialmente en una época en la que su recomposición cultural es la clave de la modernización. Richard Sennet ha trabajado sobre el hecho de que el reconocimiento, la articulación y la negociación de la diferencia ofrecen un marco discursivo para la recuperación del sentido de comunidad bajo el nuevo capitalismo. (03)

Pero los marcos discursivos no son suficientes si no se tienen en cuenta los modos expresivos y su reconocimiento cultural. Es por ello que ante los grandes temas de la nueva convivencia existen amplias razones para reintegrar en un mismo ámbito social las disciplinas de la cultura y la comunicación. Una hipótesis que se extiende a los aspectos ocupacionales y laborales en ambas profesiones.

Cultura y comunicación conforman sendas parcelas del espacio público que las sociedades modernas se han ocupado en disociar en razón de sus diversas estructuras políticas, económicas y profesionales. Cuando nos referimos a ?cultura? no nos extendemos al significado antropológico del término sino a una definición más restringida por la que se indican los valores y modos expresivos que una sociedad considera como propios. Comprendemos pues los fenómenos en las artes, la interpretación del patrimonio, el uso público de sistemas de expresión ritualizada y el uso expresivo de todo tipo de actividades tanto en el trabajo como en el ocio. Recordemos que por uso expresivo describimos las actividades de transferencia donde el objetivo es la calidad de la forma y su capacidad de trasmisión emotiva. La actividad creativa, concomitante a la expresiva, es aquella que no solamente elabora sobre modos existentes sino que es capaz de generar formas originales.

Se entiende a su vez que el mundo de la comunicación se refiere fundamentalmente a las disciplinas de los medios de información e interpretación generalizados en la esfera pública en un momento histórico determinado y usando cualquier tipo de instrumento tecnológico. Es evidente que el mundo de la comunicación formalizada comprende actos expresivos aunque, hasta ahora, raramente éstos constituyen su finalidad primordial.

Cultura y comunicación se han hallado habitualmente adscritas a distintas unidades de tutela administrativa, a departamentos académicos separados y sus cultivadores se han encuadrado en distintas disciplinas profesionales y deontológicas. Sin embargo, se están produciendo importantes movimientos teóricos, políticos y profesionales que tienen por efecto la reducción de la distancia entre estos espacios públicos que, tanto por su impacto político como económico, ocupan un lugar central en los factores clave de la convivencia.

El motor de estos cambios podría parecer de índole exclusivamente tecnológica, aunque en

una segunda observación tal vez hallemos otros elementos más complejos en el posicionamiento social de los mecanismos de creación de significados en las sociedades contemporáneas. Sin embargo, examinemos algunos datos de esa aproximación a partir de las tecnologías actuales.

El impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector cultural ha despertado escaso interés en los ámbitos económicos y políticos. La repercusión de la innovación tecnológica en la producción artística, las relaciones culturales y la interpretación del patrimonio ha sido poco valorada en la historia de las artes y del patrimonio, contrariamente a lo que ha ocurrido en el ámbito de la comunicación. El sector cultural es tradicionalmente refractario a las innovaciones tecnológicas, aunque solamente sea para dar la razón a la ley de Baumol sobre la productividad decreciente de sus estructuras. De hecho, en muchas sub-disciplinas de ese sector el uso de procedimientos y materiales ?intemporales? es una garantía de calidad y de originalidad primigenia en una asociación que une valores de simplicidad con los de pureza, singularidad y proximidad humana. La mitología del sector cultural extiende esa intemporalidad incluso a las relaciones interpersonales en las labores de equipo como es el caso en los elencos de teatro o danza, o los equipos cinematográficos donde el profano cree hallar supersticiones, lenguajes corporativos y sistemas de hospitalidad propios de otros modos de producción.

Por su parte, la galaxia del periodismo y los mass media, establecida en su plenitud en el siglo xx se ha caracterizado por su sensibilidad hacia los progresos tecnológicos tanto en los media convencionales como en el nuevo mundo digital. Y ha sido gracias a la progresiva irrupción de medios digitales en la producción, transacción y tráfico cultural que se ha ofrecido una oportunidad para entablar un nuevo diálogo cultura/comunicación. Esto es particularmente importante en tres ámbitos de debate: el de los derechos culturales, las políticas públicas y el empleo.

Desde un punto de vista del activismo humanista, los derechos culturales vuelven a interesar en la esperanza de que sus postulados inscritos en la Declaración Universal de Derechos Humanos y sus Pactos correspondientes, apoyen o modulen principios de equidad en el acceso a la información y a la cultura. Por su parte, las políticas públicas establecen paralelismos crecientes entre sus objetivos y métodos dedicados al ámbito cultural y al comunicativo. De hecho, tanto aquellas que pretenden ensanchar el espacio público como las que se proponen desregularizarlo, siguen los mismos patrones para cultura y para comunicación. Las políticas culturales y las políticas comunicativas de principio del siglo xxi siguen caminos convergentes como nunca antes en su historia.

Podríamos hallar otros puntos de convergencia entre ambos grandes espacios de creación de significado en nuestra sociedad; elementos tecnológicos, socio-territoriales o creativos. No obstante, uno de los elementos pragmáticos que está forzando una nueva macla cultura/comunicación se refiere a los nuevos perfiles profesionales provocados por la digitalización. Es a este aspecto al que se dedica la siguiente sección de este artículo.

2. La explosión del empleo cultural en Europa

En los momentos más agudos de la crisis del empleo a mediados de los años 90, la Unión Europea dedicó numerosos esfuerzos a la detección y activación de los nuevos yacimientos de ocupación. Además de los Fondos Estructurales, las direcciones del ámbito social y educación y cultura lanzaron programas destinados a modificar las prácticas de empleo y los hábitos que los determinaban. De aquel esfuerzo se derivaron no pocas recomendaciones para gobiernos, sindicatos y centros de formación. No obstante, una de las más elocuentes es la que llamaba la atención ante la nueva realidad del empleo en Europa: el impacto del sector cultural en su sentido amplio como motor de la economía y la ocupación en la Europa de principios del siglo xxi.

A pesar de la prospectiva alentadora, los sectores culturales no pudieron capitalizar adecuadamente las intuiciones de los años 90 sobre el empleo. De una parte, se pusieron de manifiesto las dificultades taxonómicas que impedían evidenciar la contundencia de las cifras consolidadas a nivel de la Unión. Practicamente cada Estado compone sus estadísticas de empleo cultural de forma distinta impidiendo una agregación transparente. El sistema oficial de estadísticas de la UE, Eurostat, se enfrenta a la complejidad de estos sectores sin aparente salida a sus ambiciones estadísticas. Por otra parte, la escasa presencia de responsabilidades culturales en el Tratado excluye una definición de las problemáticas de empleo desde ese ámbito.

La remisión de algunas de las urgencias ocupacionales, gracias a la recuperación económica de finales de los 90, trasladó las prioridades a otros ámbitos de la Unión. Fundamentalmente, a los factores tecnológicos y a las disfunciones derivadas de las estructuras de convivencia intercultural. Fue precisamente la consideración de los factores tecnológicos la que volvió a llamar la atención sobre sus repercusiones en el empleo cultural.

En el sector cultural predominan los autónomos y las pequeñas empresas (a pesar de que en algunos países el empleo público tenga un peso importante). Hay que resaltar que en el sector cultural se emplean hoy 7,2 millones de personas en la UE (ver cuadro más adelante) y que el crecimiento del sector entre 1995 y 1999 alcanzó el 2,1 por ciento. Un incremento que se mantiene sobre todo en las ocupaciones de tipo creativo, mientras que disminuye en las que dependen de la mecanización tradicional como las imprentas y procesadoras de fotografía y vídeo. También disminuye la tasa de crecimiento en las ocupaciones convencionales administrativas y comerciales del sector cultural.

Por su parte, el crecimiento del sector cultural en sentido más restringido (artes, patrimonio y sus derivados) se situó en el mismo período en el 4,8 por ciento. Un crecimiento que tenderá a acelerarse si se tienen en cuenta las tendencias en la demanda de productos culturales tanto en el consumo doméstico como en el profesional y que continuará centrándose en las áreas de producción de contenidos más que en su distribución. Se anticipa asimismo, como veremos más adelante, que la digitalización de los contenidos llevará consigo soluciones simplificadas a los problemas de marketing y difusión, dejando un mayor espacio para los procesos creativos. Las actividades orientadas a la creación de contenidos, como diseño de webs, publicidad, *mass-media*, artes, comunicación, ocio, formación... experimentarán importantes cambios estructurales. Estos sectores de rápido crecimiento se hallan sometidos a los desequilibrios tradicionales de la ocupación en las nuevas profesiones en Europa: bajo porcentaje de

mujeres, escasa movilidad territorial y falta de ?partenariados? entre los sectores público y privado. A ello hay que añadir los también tradicionales desfases norte-sur y oeste-este.

Aquí hay que interponer una prevención a las comparaciones entre sectores, puesto que la agencia de estadísticas de la UE se enfrenta con los problemas ya conocidos en la evaluación del sector cultural; un sector que se presta normalmente al análisis cualitativo, mientras que los demás sectores de actividad se miden cuantitativamente. Asimismo, el sector cultural tiene amplias áreas de actividad de tipo voluntario o informal cuyas coordenadas laborales se escapan a los sistemas de medición habituales. Finalmente, hay que apuntar que las categorías que permiten agregaciones fiables se basan en perfiles estables en organizaciones identificables y trabajando en condiciones mensurables. Ninguno de esos rasgos es mayoritario en el sector cultural.

Teniendo en cuenta esos condicionamientos, Eurostat analiza el empleo en los sectores del ocio, el deporte y la cultura y en el que un 23,4 por ciento de sus trabajadores son autoempleados, el 30,3 por ciento tiene educación universitaria, el 16,9 por ciento se compone de trabajadores temporales y la cuota de mujeres supera la media de otros sectores al situarse en el 44,9 por ciento. Los sectores culturales han sido calificados habitualmente de receptores de empleo atípico donde la flexibilidad, la movilidad, el trabajo por proyecto, el tiempo parcial, el voluntariado y el auto-empleo son más comunes que en otros oficios. También destacan los sectores culturales por el alto grado de formación de sus trabajadores. Se percibe asimismo una precariedad estructural que se traslada a todos los aspectos del empleo; por ejemplo, en la inferior remuneración de las mujeres, género que acumula la mayor parte de las condiciones más inseguras y a pesar de ello tiene un grado de ocupación superior al de otros sectores de la UE.

En un documento de la UE publicado en 1998 (*Cultura, industrias culturales y empleo*) se establecía que el total consolidado de empleos culturales en aquel momento era de tres millones de personas. El problema principal de esta consolidación es separar los empleos culturales en otros sectores y los empleos no culturales en el sector cultural.

Eurostat realizó un intento significativo de aplicar ambas categorías en su elaboración de 1999.

Ver cuadro(01)

Esta cifra de 7,2 millones de personas es la que más se acerca probablemente a la ocupación en el sector cultural de la Unión Europea, contando tanto los oficios directamente vinculados a la creación y modulación de material simbólico como los oficios subsidiarios en la logística, la infraestructura y la administración.

La clasificación que aquí se cita une la edición, la fonografía y el audiovisual y los agrega a una rúbrica general de actividades culturales y deportivas. No obstante, estas clasificaciones implosionan con el advenimiento de la era digital.

3. Nuevos profesionales de la cultura en la era de la digitalización

Un reciente estudio encargado por la Comisión Europea revela la dimensión creciente del

impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el sector cultural y en especial en sus perfiles profesionales. Este impacto puede leerse en diversas claves; una de ellas es el creciente paralelismo entre los futuros empleos culturales y los que se encuadrarán en el sector de la comunicación.

El estudio de la UE, en el que participaron equipos de Munich, Viena, Colonia y Barcelona (Observatorio Interarts), fue encargado por la Dirección de Empleo y Asuntos Sociales de la Comisión Europea en el año 2000 y concluyó un año después. La tarea comprendió, entre otros aspectos metodológicos, el examen de la prospectiva de ocupación en el sector cultural, como parte de la interacción con un sector más amplio sintetizado como TIMES (*Telecommunication, Internet, Multimedia, E-commerce, Software*).

Para empezar, el estudio detectó importantes afinidades entre el sector cultural en particular y el sector TIMES en su conjunto en lo referente al tamaño de las empresas. El universo empresarial times se caracteriza en Europa por las pequeñas entidades. Solamente 13,2 por ciento de las empresas tienen más de 50 empleados. Existe un alto porcentaje de autónomos alcanzándose la *ratio* de 1,3 *free-lancers* por cada trabajador encuadrado laboralmente en empresa ajena. Las oportunidades que ofrece la cultura en Internet, las tecnologías interactivas y las aplicaciones digitales de los contenidos creativos se llevarán el mayor tramo de crecimiento en el empleo cultural en el futuro próximo.

Una comparación entre estas cifras y las señaladas en la sección 2 de este artículo referentes al sector cultural apunta ya a una cierta correlación en lo que respecta a las estructuras empresariales y de empleo cultura/digitalización.

Dentro del área TIMES las tasas de crecimiento más acentuadas se dieron en los subsectores orientados hacia la producción de contenidos al tiempo que se estancaban las industrias tradicionales como la edición o la fonografía. Las iniciativas dedicadas a la creatividad transferible, de las artes a los multimedia o al software, por ejemplo, son las que han merecido mayor demanda. Esto está induciendo una reorientación de los sectores creativos hacia este espacio de transferibilidad.

Al mismo tiempo, el sector TIMES emplea a 12,4 millones de trabajadores y censa 1,5 millones de empresas, especialmente en el ramo de multimedia y *software*. Aunque es previsible que su ritmo de crecimiento baje del 10 al 3 por ciento, se puede inferir que para el año 2011 habrá creado 10 millones de nuevos empleos totalizando en el espacio EU (de los Quince), 22 millones aproximadamente.

El sector digital, que empieza a ofrecer datos consolidados sobre sus perfiles y volúmenes de empleo, a través, entre otros, del panel WIMMEX (**W**orld-wide, **I**nternet, **M**ulti-**M**edia **E**xperts), ofrece según esta fuente una estructura de empleo que comprende seis grandes áreas:

1. *Hardware*
2. *Information Technologies Consultancy*
3. *Software*
4. *On-line services/e-commerce*

5. Telecomunicaciones

6. Multimedia/online & Servicios audiovisuales

Este último apartado comprende:

- Diseño de redes
- Edición en red
- Servidor de redes
- Autoedición/Impresión digital
- Diseño gráfico y de imagen
- Técnicas de visualización en 3D
- Edición de film y vídeo digital
- Imagen digital en movimiento
- Realización digital vídeo y audio
- Diseño de pantallas
- Educación y formación usando medios digitales
- Impresión digital
- Comercio electrónico de multimedia y audiovisual
- Medios interactivos
- Producción de vídeo, radio y TV

Una característica común destacable de estas rúbricas es la emergencia de la categoría de ocupaciones creativas, al margen de que se apliquen al arte, a la invención de sistemas o a la comunicación.

En el sistema TIMES/WIMMEX se define a los trabajadores creativos como aquellos que dedican por lo menos un 50 por ciento de su tiempo a ?ocupaciones creativas?, es decir, aquellas que se dedican al diseño de nuevos lenguajes, productos o servicios. El diseño de una página *web* es una ocupación en principio tan creativa como la composición musical. Según el Panel WIMMEX, la cuota de trabajadores creativos en el ámbito multimedia/online/audiovisual se eleva al 74,4 por ciento, mientras que en el sector de *software* alcanza el 71,2 por ciento. En el mismo orden cuantitativo, podemos contar con un volumen de 6,8 millones de empleos basados en los contenidos y la creatividad en los próximos años en una proyección de la Europa de los Quince.

La hipótesis de estos estudios es que la capacidad centrípeta del sector TIMES va a absorber los elementos creativos en la cultura y la comunicación en los próximos diez años. La escasez de ?mano de obra? en el sector times y la flexibilidad de los sectores culturales y comunicativos parecen justificar la prospectiva.

Ello nos lleva a una a consideración de los nuevos perfiles que el sector cultural contempla

como transicionales hacia el sector TIMES. Veamos en estos ejemplos sus amplias afinidades con el sector comunicativo:

- . Intérprete en estudio virtual
- . Presentador/a en plató virtual
- . Diseño de instalaciones de artes plásticas
- . Diseño multimedia
- . Diseño luminotécnico
- . Editor *on-line*
- . Editor multimedia
- . Diseñador multimedia
- . Consultoría creativa
- . Consultoría artística
- . Comunicación de los media
- . Dirección de proyecto multimedia
- . Programación Java para músicos
- . Notaciones digitales para coreografías
- . Programación de efectos digitales para proyectos audiovisuales y teatrales
- . Gestor multimedia

El sector cultural europeo ha incorporado tímidamente las tecnologías digitales a su producción, distribución, comunicación y gestión, pero el crecimiento de los empleos gestores en la cultura digital empieza a compensar las pérdidas en el grueso ocupacional de los oficios auxiliares.

Asimismo, se detecta la necesidad de multi-destrezas para los oficios hasta ahora vinculados a las artes y el desarrollo cultural.

Ver cuadro (02)

La garantía de la capacidad para afrontar este tipo de transformaciones se halla en una nueva actitud profesional que se basa en los sistemas formativos. Sistemas que en el caso de la cultura no se homologan ni en sus estructuras académico-docentes ni en sus estructuras profesionales. No obstante, en la redefinición de recorridos formativos destacan cuatro grandes objetivos citados en el estudio:

Empleabilidad

- . Lucha contra el paro de larga duración
- . Activación del contingente de parados
- . Acuerdos de empleabilidad entre patronal y sindicatos
- . Educación a lo largo de la vida
- . Elevar la formación de los jóvenes
- . Integración de grupos ajenos a la digitalización (ancianos, desempleados, inmigrantes)

Sentido de empresa

- . fomento del empresariado
- . fomento del autoempleo
- . desarrollo local
- . desarrollo del sector servicios

Adaptabilidad

- . digitalización de los servicios culturales
- . modernización de las relaciones dentro y entre las empresas
- . promoción laboral dentro de la empresa
- . mejora de las políticas de selección de personal

Igualdad de oportunidades

- . igualdad de género
- . favorecer la reincorporación al mercado laboral

Fomento de la movilidad

- . entre regiones
- . en el marco de la UE ampliada

Dentro de la tradición europea, la asociación entre el sector público y el privado ha presidido las iniciativas punteras en estas direcciones. Aunque también en la mejor tradición europea han aflorado los problemas seculares de la falta de cooperación transfronteriza y de movilidad de operadores dentro de la UE. A pesar de que la movilidad en el sector cultural tradicional es superior al de otros sectores convencionales, la falta de transparencia del mercado laboral sitúa la UE en desventaja con los EE.UU. en este respecto. Esta falta de transparencia viene incrementada por la exclusión de las estadísticas laborales actuales de los nuevos perfiles de empleo digital.

Como se puede inferir, la principal amenaza a este crecimiento no es, según el citado estudio, de tipo financiero o tecnológico, sino de falta de recursos humanos. La definición de nuevos perfiles que permitan una amalgama de destrezas donde la creatividad en las artes y la interpretación del patrimonio sea transferible al universo digital. El diseño de web-sites, la publicidad, la edición, los media, el ocio e incluso la educación pasan a formar parte de esta nueva transversalidad. De hecho, se puede connotar que el "núcleo duro" de la creación y elaboración de significados va a corresponder al eje cultura-comunicación. Para decirlo interpretativamente, en un futuro próximo los elementos artísticos en la comunicación serán tan importantes como los elementos de complejidad comunicativa en la producción y distribución artística.

En este sentido, el trabajador cultural y el comunicativo coinciden en algunas descripciones de sus perfiles. Tanto uno como otro tienden a ser en su mayoría jóvenes (25/35 años), con

educación superior en distintas disciplinas, flexibles, independientes, dispuestos a viajar y a instalarse en otras localidades y con un sentido de autoestima creativa. Un perfil que parece encajar perfectamente con el que requiere la nueva economía.

El nuevo trabajador cultural se sitúa en la encrucijada entre los tradicionales oficios artísticos y la comunicación; los conceptos de 'mediador mediático' o editor *on-line* forman parte de esa nueva macla digital. Por lo que se anticipan modificaciones en la definición de los perfiles profesionales, las necesidades formativas y los modelos de capitalización de las empresas en ese sector. Un examen sobre la puesta en práctica de iniciativas que plasmen el nuevo orden digital en el ámbito cultural ofrecen un panorama alentador aunque todavía minoritario. El caso del lipa, (*Liverpool Institute for Performing Arts*) ha sido considerado como una propuesta de inflexión al incluir en sus procesos formativos el completo de la galaxia musical conocida hoy dentro del sector musical. Se han identificado fácilmente también numerosas iniciativas en los oficios audiovisuales y sus nuevas definiciones de perfiles en las correspondientes ofertas formativas.

A pesar de ello, el empleo 'digital' continuará siendo uno de los motores de futuro de la economía europea y mundial, subrayándose la demanda de contenidos y significados, con lo que los sectores tradicionales de la cultura y la comunicación se enfrentarán a un reto común. Las exigencias que este juego de oportunidades y riesgos impone no han sido reconocidas todavía por las políticas públicas, excepto en iniciativas testimoniales. Desde las llamadas 'ciudades creativas en el Reino Unido' hasta el Distrito 22@ de Barcelona, son relativamente pocas las iniciativas oficiales que consistentemente han tratado de integrar cultura, comunicación, multimedia y *software* en un mismo espacio de interacción.

Ante este momento de vacilación, es necesario que los centros de investigación y de educación superior unan sus esfuerzos para establecer los nuevos puentes que permitan un planteamiento ético-profesional común entre cultura y comunicación, en un esfuerzo para proteger la creación de contenidos y significados en el espacio público del siglo XXI.