

LA FORMACIÓN DE TITULADOS EN COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO. (Ref 330.doc)

Resumen: La Europa de la Sociedad del Conocimiento, presenta un nuevo panorama educativo a través del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) con la adecuación de sus titulaciones. Las instituciones universitarias europeas ostentan la responsabilidad de cohesión social en lo que a formación e investigación se refiere, lo que hace necesaria una profunda revisión de los planes de estudio de las titulaciones en Comunicación. En este aspecto, la formación de graduados competentes y con unos conocimientos que les permitan desempeñar perfiles profesionales derivados de los estudios que han cursado es el objetivo que debe perseguir la integración de nuestros estudios en la realidad socioeconómica del entorno europeo.

1. Los estudios de Comunicación en España

Aunque en los años 20 y 30 existían en España algunas escuelas que impartían cursos de Comunicación, el verdadero germen de las actuales facultades podemos encontrarlos en el año 1941, momento en que la Vicesecretaría de Educación Popular fundó, por la Orden Ministerial del 17 de noviembre, la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid. Los estudios superiores de Periodismo aparecen como tales a partir de la promulgación en 1966 de la Ley de Prensa e Imprenta, como resultado de la misma y en consecuencia con la definición de un nuevo marco legal para el ejercicio profesional de las tareas informativas, así el Boletín Oficial del Estado de 20 de mayo de 1967, recoge la conversión de los estudios de Periodismo en una «carrera de nivel docente superior» y de ingreso condicionado a la realización del bachillerato superior y a la superación de las correspondientes pruebas de selectivas preuniversitarias.

El 13 de agosto de 1971 el Ministerio de Educación y Ciencia normaliza los estudios universitarios relativos al Periodismo y demás medios de comunicación social, a través del Decreto 2070/1971, sin duda histórico, que contemplaba la creación de las Facultades de Ciencias de la Información vertebradas en tres secciones, de acuerdo con las tres grandes ramas que contemplase la Ley de Educación (Periodismo, Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva, y Publicidad y Relaciones Públicas). Sin embargo, no será hasta el 21 de octubre de 1975 cuando se publique la Orden de 18 de octubre del Ministerio de Educación y Ciencia, por la que se aprueba el plan de estudios de la

primera facultad de Ciencias de la Información de las universidades españolas. En el plan de estudios de esta Facultad de la Universidad Complutense de Madrid, estas enseñanzas se configuran desde el primer curso claramente en tres secciones: Periodismo, Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva y Publicidad y Relaciones Públicas.

En 1983 llega Ley de Reforma Universitaria (LRU). Con la aprobación de dicha ley (Ley Orgánica 11/83 de 25 de agosto), se implanta un nuevo marco legal para el ámbito universitario. Se promueve una amplia libertad académica, tanto en docencia como en investigación, que entiende como fundamento y límite la propia autonomía de las universidades.

Las directrices generales comunes para la reforma de los planes de estudios de los títulos universitarios se promulgarán, a través del Real Decreto 1497/1987 de 27 de noviembre de 1987. La importancia de esta legislación comienza por la innovadora articulación de los contenidos en materias troncales (aquellas de imprescindible inclusión en todos los planes de estudios que conduzcan a un mismo título oficial), materias obligatorias y optativas. Tanto las obligatorias como las optativas son determinadas discrecionalmente por cada universidad en sus planes de estudio. Es aquí donde se puede apreciar la posibilidad de un mayor distanciamiento de la institución universitaria respecto de las directrices ministeriales. Así, la importancia de la nueva clasificación de materias es la certificación de la autonomía universitaria consolidada al abrigo de la nueva Ley. De hecho, la nueva concepción de la enseñanza superior posibilita que, partiendo de una serie de directrices comunes -en concreto, las relativas a la troncalidad y al número de créditos que ha de sumar el conjunto de todas las materias-, cada universidad introduzca aquellas asignaturas que le permitan conformar su propio sello de identidad.

A finales de 2001 el contexto universitario que durante casi una década había modelado la LRU se ve sustancialmente modificado tras la entrada en vigor de una nueva ley universitaria: la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (BOE nº 307, 24/12/2001), más conocida por su acrónimo: LOU.

La nueva Ley Orgánica que deroga la LRU significa un cambio de profundo calado en la concepción misma de los saberes propiamente universitarios. Por ello, dentro de la enseñanza superior de las Ciencias de la Información resulta obligado el análisis de algunas de las cuestiones establecidas al respecto en la nueva ley; obligado, porque al iniciar nuestro análisis por la indicación de funciones, objetivos y necesidades

a que deben responder cada una de las actividades llevadas a cabo en el ámbito universitario, habremos de desembocar inexorablemente en el tratamiento mismo de los contenidos de las enseñanzas superiores. Comencemos, pues, por la primera consideración que manifiesta la Ley Orgánica 6/2001 ya desde su primera exposición de motivos:

“Durante las últimas dos décadas, la vieja institución universitaria se ha transformado radicalmente. La Constitución consagró la autonomía de las Universidades y garantizó, con ésta, las libertades de cátedra, de estudio y de investigación, así como la autonomía de gestión y administración de sus propios recursos. Durante este período, las Universidades se triplicaron, creándose centros universitarios en casi todas las poblaciones de más de cincuenta mil habitantes, en los que hoy se estudian más de ciento treinta titulaciones diferentes. También culminó hace apenas unos años el proceso de descentralización universitaria, transfiriéndose a las Administraciones educativas autonómicas las competencias en materia de enseñanza superior.”¹

Cabe destacar en la nueva ley de una serie de avances tales como el reconocimiento de la autonomía universitaria y de la libertad de cátedra, de estudio e investigación. Por otra parte, también se hace referencia a un nuevo contexto en la enseñanza superior en el que es posible reconocer una intensa diversificación de los centros universitarios, como resultado del proceso de descentralización universitaria.

Al mismo tiempo que evolucionaba la legislación sobre la enseñanza universitaria fueron creándose nuevos centros, tanto públicos como privados, a lo largo de toda la geografía española. Hoy en día existen en total cuarenta y dos universidades con alguna de las tres titulaciones en Comunicación en su catálogo formativo; veinticuatro centros públicos y dieciséis privados que imparten estudios en Comunicación.

Según datos de la ANECA (2005), de las diecisiete Comunidades Autónomas en las que se divide la geografía española, once cuentan con universidades que imparten alguna de las tres titulaciones en Comunicación: Cataluña es la Comunidad Autónoma con mayor oferta en estudios de Comunicación, ya que existen once universidades donde se imparte alguna de las tres carreras, seguida de Madrid, que posee ocho

¹ BOE nº 307, 24/12/2001, p. 49.400

universidades con alguna de estas tres titulaciones. El tercer lugar lo ocupan Valencia y Castilla-León, donde los estudiantes pueden escoger entre cinco universidades diferentes para realizar sus estudios en comunicación. El resto de universidades que ofrecen estos estudios se distribuyen de la siguiente manera: en Galicia hay tres y en Andalucía y Murcia dos. El País Vasco, Navarra, Extremadura y Canarias poseen solo una universidad que oferta estudios en comunicación. Es necesario resaltar que excepto la Universidad de Extremadura, que sólo ofrece la titulación de Comunicación Audiovisual y la de Canarias, que sólo ofrece la titulación de Periodismo, en el resto se ofertan las tres carreras universitarias. Las seis comunidades autónomas en las que no existe esta oferta son: Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla-La Mancha y La Rioja.

La titulación en Comunicación Audiovisual es la ofertada por un mayor número de centros, treinta en toda la geografía española, mientras que Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas pueden estudiarse en veintisiete de las cuarenta universidades que ofertan titulaciones en comunicación en España.

En lo referente al número de alumnos matriculados, los últimos datos de que se disponen, apuntan a que en el curso académico 2003-2004, hubo treinta y tres mil alumnos matriculados en las tres disciplinas. Casi catorce mil alumnos se matricularon en Periodismo, que es por el momento la titulación en comunicación más demandada, cerca de diez mil lo hicieron en Publicidad y Relaciones Públicas, y unos ocho mil se apuntaron en Comunicación Audiovisual, que es la que tiene menor demanda de las tres, a pesar de que es la que se oferta en un mayor número de centros en toda España.

De todos los alumnos matriculados, un 60% se decanta por hacerlo en alguno de los veinticuatro centros públicos, mientras que el restante 40% lo hace en alguna de las universidades privadas que oferta estudios en comunicación (ANECA 2005).

Otro dato importante lo encontramos en el número de alumnos licenciados. En 2003 hubo 5.374 alumnos licenciados en las tres disciplinas. Como es de esperar, Periodismo al ser la que tiene un mayor número de alumnos matriculados, es la que presenta por tanto un mayor número de licenciados, un poco más de tres mil. Por otra parte, Comunicación Audiovisual, a pesar de tener menos alumnos matriculados que Publicidad y Relaciones Públicas, presenta un número de licenciados mayor, superando

los mil alumnos, mientras que ésta última no llega a superar esta cifra en el curso académico 2002-2003.

2. La inserción laboral de los licenciados en Comunicación

A la hora de afrontar el análisis sobre la inserción laboral de los titulados en Comunicación en nuestro país nos encontramos con numerosas dificultades ante la falta de informes específicos sobre todos los estudios oficiales que componen las carreras de Ciencias de la Información: Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. La mayoría de las fuentes ofrecen datos parciales e insuficientes para abordar un estudio de esta magnitud.

El *Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación* realizado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación (ANECA) se basa en estudios aportados por tres universidades (Santiago de Compostela, Autónoma de Barcelona y SEK Segovia), sin que puedan ser extrapolados a las cuarenta y dos facultades de Comunicación que tiene en estos momentos nuestro país. Además, no todas estas facultades imparten las tres titulaciones que componen los estudios de Comunicación.

Por ello, hemos partido para nuestro análisis de los informes del Observatorio Ocupacional del Instituto Nacional de Empleo (INEM)² que ofrece datos oficiales de gran interés sobre la inserción laboral de nuestros titulados. En primer lugar, al analizar las cifras publicadas por el INEM desde 2003 a 2006, cabe destacar que, mientras que en 2003 podemos encontrar, además de datos específicos por titulación, datos globales bajo la categoría “Ciencias de la Información”, en la última edición de 2006 sólo podemos encontrar información referida a “Comunicación Audiovisual” y “Periodismo” por separado. Los datos más recientes no ofrecen datos sobre los licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas. Tomando como referencia este último informe destaca que la tasa de desempleo en la categoría de “Periodismo” es bastante mayor que la registrada para los titulados de Comunicación Audiovisual. Frente a los 3.516 profesionales de Comunicación, 11.129 personas solicitaron empleo en 2005 en la categoría de “Periodismo”.

Otro de los puntos más interesantes del resumen anual es el listado de las ocupaciones más frecuentes en las que se contratan los demandantes de empleo de

² <http://www.inem.es/inem/ciudadano/observatorio/index.html>

nuestra especialidad. Como se muestra a continuación, hay que resaltar que, aunque nuestros licenciados solicitan empleo en actividades relacionadas con la formación adquirida (periodistas, locutores de radio y televisión, fotógrafos o profesionales de la publicidad), las ocupaciones en las que se contratan de manera más habitual no se corresponden con su especialidad. Atendiendo a los puestos más contratados, constatamos que más de la mitad de estas ocupaciones no están relacionadas con la titulación y los intereses de los titulados en Comunicación. “Taquígrafos y mecanógrafos”, “dependientes en tiendas”, “telefonistas”, “camareros” o incluso “peones de industrias manufactureras” son las áreas de actividad en las que vienen empleándose desde 2002 nuestros licenciados, a pesar de la formación recibida en nuestras universidades. Por tanto, de los datos anteriormente expuestos podemos deducir que, aunque nuestros titulados están trabajando en la actualidad, una parte importante no se ocupa en puestos para los que se han formado.

Ocupaciones más contratadas	Personas
Taquígrafos y mecanógrafos	232
Actores y directores de cine, radio, televisión y teatro y asimilados	230
Escritores Periodistas y asimilados	176
Dependientes y exhibidores en tiendas, almacenes, quioscos y mercados	170
Fotógrafos y op. equipos de grabación de imagen y sonido	156
Peones de industrias manufactureras	88
Telefonistas	85
Camareros, bármanes y asimilados	72
Op. Equipos de radio y televisión y de telecomunicación	60
Peones de transporte y descargadores	46

Tabla 1: Ocupaciones más contratadas por demandantes de empleo en 2005 bajo la categoría de Comunicación Audiovisual. Fuente: INEM

Ocupaciones más contratadas	Personas
Escritores Periodistas y asimilados	1.153
Taquígrafos y mecanógrafos	667
Dependientes y exhibidores en tiendas, almacenes, quioscos y mercados	291
Telefonistas	219
Representantes de comercio y técnicos de ventas	187
Profesionales de nivel superior de la publicidad y las Relaciones Públicas	172
Secretarios administrativos y asimilados	167

Actores y directores de cine, radio, televisión y teatro y asimilados	163
Peones de industrias manufactureras	158
Camareros, bármanes y asimilados	108

Tabla 2: Ocupaciones más contratadas por demandantes de empleo en 2005 con la categoría de Periodismo. Fuente: INEM

No obstante, estos datos tan desalentadores sobre los egresados en Comunicación pueden ser compensados con las cifras arrojadas por la Formación Ocupacional ofrecida por el INEM a todos los desempleados. Este tipo de cursos de especialización en Diseño de páginas Web, montaje de imagen, retoque digital, etc. pueden aportar a los desempleados de nuestras titulaciones aquella parte de la formación específica de la que carecen nuestras universidades y que, en términos de inserción laboral, parece estar dando sus frutos. Por término medio, más del 70% de los desempleados que realizado estos cursos han conseguido colocarse en el mercado de trabajo³. Por otra parte, y aunque los índices de paro de los estudios en Comunicación son menores a la media del estado que ronda el 12%, las condiciones laborales son precarias. En las III Jornadas de Empleo de la Universidad Autónoma de Madrid responsables de la sección de Economía de importantes medios de comunicación destacaron como características del empleo en el ámbito de los *media* las siguientes:

- Estratificación salarial elevada
- Precariedad laboral
- Alta demanda de productividad
- Remuneración desequilibrada
- Alta politización

Según un estudio realizado por la Oficina de Estadísticas de la Unión Europea (Eurostat), un 34% de los universitarios se incorporan al mercado laboral en algún empleo que no tiene relación con la formación superior que han recibido. El mismo informe señala que a este respecto los peor parados son los licenciados españoles: *“la diferencia más importante se da en España: para los jóvenes que tienen un empleo adecuado, el estatus profesional medio es de 11 puntos inferior al de quienes ejercen un trabajo adecuado a sus cualificaciones”*⁴.

³ INEM, *Resumen anual de datos del Observatorio Ocupacional* (2003), p. 95-96.

⁴ FUNDACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA, *Las demandas sociales y su influencia en la planificación de las titulaciones en España en el marco del proceso de convergencia europea en educación superior*, Madrid, 2004. p.15.

Estos datos han sido corroborados por la *Encuesta de Inserción Laboral* realizada en el 2000 por la (ANECA) que ha puesto de manifiesto que mientras un 71% de los titulados españoles encuentran su primer empleo en menos de 6 meses, un 35% de los sujetos objeto de estudio afirma que su primer empleo no se ajusta a la formación recibida.

En un estudio llevado a cabo por la Fundación Universidad-Empresa en 2004, se indica que la tendencia actual en los procesos de selección llevados a cabo por las empresas europeas se basan no tanto en buscar profesionales con conocimientos, sino profesionales competentes. Es decir, para plantearse una carrera de éxito a medio o largo plazo, se hace hoy necesario aglutinar ambos factores: los conocimientos, que constituyen la base sobre la que se puede construir un futuro profesional, y las competencias (entendidas como un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes personales) que constituyen los verdaderos elementos potenciadores del desarrollo profesional en las sociedades industriales mas avanzadas.

3. El Espacio Europeo de Enseñanza Superior

El siglo XXI es el siglo de la globalización, de la integración de los ciudadanos en sociedades y economías que trascienden el ámbito de lo nacional para llegar a lo global. Esta idea se fundamenta en cuatro principios ampliamente reiterados por los órganos de gobierno que toman las decisiones: *“la producción del conocimiento, esencialmente por medio de la investigación científica, su transmisión mediante la educación y la formación, su difusión a través de las tecnologías de la información y la comunicación, y su explotación a través de la innovación tecnológica”*.⁵ Las universidades se constituyen en centro neurálgico de este entramado que va a definir y posicionar a Europa como entidad dentro del panorama global internacional en la Sociedad del Conocimiento, cuyos vértices son la educación, la investigación y la innovación, y de los que participa plenamente la universidad. La búsqueda de políticas comunes en materia de empleo y cohesión social basadas en estos principios se

⁵ COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *El papel de las universidades en la Europa del conocimiento*. Bruselas, 05.02.2003. COM(2003) 58-final.

convirtieron en estrategias básicas definidas a partir de la Convención de Lisboa, celebrada en dicha ciudad del 8 al 11 de abril de 1997 y que entró en vigor el 1 de febrero de 1999.

Teniendo en cuenta los datos aportados por la propia Comisión Europea⁶ que indican que el 57% de los jóvenes en Europa obtienen titulación en Educación Superior frente al 82% en los Estados Unidos, o que tan sólo nueve universidades europeas se encuentran entre las cincuenta mejores dentro del “*Shangai Ranking*”, frente a treinta y siete de los Estados Unidos, es innegable que se debe estimular y concentrar esfuerzos en la universidad europea, si se quieren cumplir los objetivos finales anteriormente descritos. La primera necesidad es la inversión ya que en Europa sólo se llega a la cifra del 1,1% del Producto Interior Bruto frente al 2,6% alcanzado en los Estados Unidos. Pero para invertir, hay que tener una línea de actuación perfectamente consolidada que permita rentabilizar las contribuciones para conseguir objetivos fuertes. En esta línea, aparece el Espacio Europeo de Educación Superior (en adelante, EEES) como instrumento argumental que sirva para crear un sistema universitario europeo homogéneo y compatible que permita a los estudiantes europeos una mayor flexibilidad en las titulaciones, junto a una mayor movilidad dentro de este espacio. Este proyecto, impulsado por la Unión Europea, pretende armonizar los modelos y sistemas universitarios europeos mediante una estructura homogénea de titulaciones y sistemas de evaluación homologables en todos los países de la Unión.

Los estudiantes, por tanto, se convierten en el eje sobre el cual se concentran los esfuerzos buscando una elevada cualificación en el manejo de herramientas de aprendizaje y, no tanto, en la acumulación de conocimientos. Para ello, se busca una mayor especialización y una formación continua durante toda la vida académica y laboral. Es necesario adecuar la enseñanza universitaria a las necesidades del mercado laboral, de modo que los currículos de los estudiantes estén pensados para la incorporación inmediata al mercado laboral. Con esta perspectiva, el mejor modo de lograr esta aspiración es, además de la calidad en la enseñanza, la diversidad de orientaciones y tipos de cursos, la flexibilidad en los programas para que resulten versátiles y fácilmente adaptables a las demandas laborales, así como el desarrollo de habilidades como el conocimiento de idiomas y la capacidad de trabajo en equipo y en

⁶ Seminario de información y debate sobre el espacio Europeo de Educación Superior. *Bolonia: retos y oportunidades para la Universidad española*. Representación en España de la Comisión Europea. 14 de marzo de 2007.

el manejo de información. En este sentido y según datos aportados por la propia Comisión Europea⁷, se emplean el “34% del total de los investigadores europeos, aunque las cifras nacionales suponen a veces el triple de un Estado miembro a otro (un 26% en Alemania, un 55% en España y más del 70% en Grecia). Asimismo, se encargan del 80% de la investigación básica llevada a cabo en Europa”.

La competitividad se consigue gracias a personas con un elevado nivel de conocimientos: por ejemplo, en Dinamarca y Suecia más del 40% de los universitarios trabajan en sectores donde se exige una alta cualificación de conocimientos, siendo estos sectores los que contribuyeron a la creación de la mitad de los nuevos puestos generados entre 1999 y 2000.

Actualmente, un 20% de los europeos entre 35 y 39 años posee un título de enseñanza superior, porcentaje que disminuye hasta un 12,5% entre las personas con edades comprendidas entre 55 y 59 años. La tasa de desempleo de los que no han terminado sus estudios secundarios es cinco puntos superior a la de los que obtuvieron el título de estudios secundarios y siete puntos más que la de los que tienen un título de enseñanza superior, según se destaca en el informe anual *Education at a Glance*, publicado por la OCDE, en la edición de 2007⁸.

Entre los países 47 países que forman parte del proceso de Bolonia no todos están inmersos de la misma forma en esta adaptación, ya que cada uno tiene sus propias peculiaridades. Además, cada titulación tiene unas características específicas que requiere de transiciones concretas. En el caso de los títulos de Comunicación⁹, la situación es muy variable según los países. Es por ello, que la evolución no es homogénea y será muy aclaratorio en el proceso de Bolonia comprender y valorar las soluciones que se vayan dando a los problemas resueltos en estas titulaciones para extrapolarlos a otros grados.

La conjunción entre homologación de títulos universitarios mediante créditos ECTS, unido a la creación de redes de investigación, deben servir de base para cumplir con uno de los objetivos principales en el Convenio de Lisboa: Europa debe ser un balance entre la diversidad y la unidad. Este desarrollo de un marco educativo global no basado en un tratado intergubernamental, sino en la homologación de la educación hará

⁷ Idem 1

⁸ <http://www.educarioja.org/educarioja/html/docs/acepresa/2007/Septiembre/Education%20at%20a%20Glance.doc>

⁹ El libro Blanco de la ANECA denomina así a las titulaciones de Comunicación, a saber, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.

posible la llegada a Europa de estudiantes e investigadores de todo el mundo que puedan ayudar a revalorizar el trabajo de investigación en todos sus aspectos y, por extensión y aplicación directa, la traslación al I+D como base sobre la que se crea la Sociedad del Conocimiento y hacer así de Europa uno de los motores económicos globales.

4. La formación en Comunicación para la sociedad del conocimiento

La comunicación como actividad social y económica tiene su máximo exponente en la figura y actuación de los medios de comunicación de masas aparecidos a lo largo de los tres siglos pasados y cuya evolución ha sido paralela a la del modelo de sociedad industrializada. En la actualidad, las sociedades desarrolladas han derivado hacia modelos post-industriales, en los que el motor económico de las mismas lo constituye el sector terciario, que acoge a los medios de comunicación y también a las industrias de alta tecnología, en detrimento del sector secundario de la industria transformadora y manufacturera clásica.¹⁰

La Sociedad de la Información es una realidad. La evolución en el desarrollo industrial que durante los siglos XIX y, especialmente, XX propiciaron el auge de las telecomunicaciones y los medios de comunicación de masas, con especial énfasis en los que se apoyan en la radiodifusión: la radio y la televisión. A ellos han de sumarse los recientes desarrollos ligados a la informática y la aparición de las redes de transmisión de datos, de las que Internet es el máximo exponente, y que han logrado construir una infraestructura de comunicación de ámbito global que abarca todo tipo de fórmulas comunicativas, desde las interpersonales a las grandes difusiones de información a un público anónimo e indeterminado propias de los medios de comunicación de masas.

Debe entenderse la Sociedad de la Información en términos de infraestructura, de herramienta que facilita el acceso a la información y, por ende, al conocimiento. Es, por ello, un medio antes que un fin en sí misma, aunque su desarrollo es una condición *sine qua non* para el de la Sociedad del Conocimiento.

La Sociedad de la Información se apoya en el desarrollo de las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación o TIC que engloban instrumentos y procesos utilizados para generar, almacenar, recuperar, organizar, presentar e intercambiar información por medios electrónicos y automáticos y abarcan desde el

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística: *Cifras INE*. N^{os} 5/2002 (julio, 2002) y 3/2006 (agosto, 2006), Madrid

telégrafo y la telefonía convencionales a la informática personal, Internet, la Web, el correo electrónico, la mensajería instantánea, o la voz o vídeo sobre redes informáticas, pasando por la prensa, el cine, la radio y la televisión, las comunicaciones por satélite y nuevas fórmulas de comunicación personal como la telefonía móvil, las agendas electrónicas y asistentes personales digitales, así como cualquier herramienta que permita la captura, almacenamiento o tratamiento de información escrita, icónica, sonora o audiovisual como los escáneres, cámaras fotográficas digitales, técnicas y soportes de grabación de audio o de vídeo grabación, desde las veteranas cintas magnéticas a los nuevos soportes en disco óptico o en dispositivos de estado sólido. En resumen, un enorme abanico de tecnologías con la finalidad común de favorecer la creación e intercambio de información, que posibilitan un volumen de generación de datos sin posible referencia de comparación con épocas anteriores y que facilitan un ámbito de difusión de los mismos que alcanza la escala planetaria.

Los medios de comunicación, potenciados por los desarrollos de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y el auge de las telecomunicaciones se perfilan entre los más productivos del sector y con mayor potencial de crecimiento con un promedio mundial del 60% de volumen de negocio del total asociado a medios y entretenimiento durante el período 2000-2005, y con un espectacular incremento del sector de Internet, con un crecimiento medio en dicho período superior al 24%.¹¹

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. 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”*¹². Por ello, la producción de los contenidos comunicativos que cada país e incluso cada región sea

¹¹ GRUPO DE ANÁLISIS Y PROSPECTIVA DEL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES GAPTEL (2006): *Contenidos digitales: nuevos modelos de distribución online*, Madrid, págs. 14-16.

¹² J.C. BURGELMANN/K.DUCATEL/ M. BODGANOWICZ. IPTS-UE (Sevilla), 2000

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 siguiente cuadro 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 online, Diseñadores de Contenidos de formación online y Publicistas online.

Categoría	Profesiones para la Sociedad de la Información
TIC tradicionales	Diseñador Software
	Diseñador Hardware
	Diseñador de redes
	Administrador de bases de datos
TIC Internet	Técnico en hosting
	Técnico de Seguridad en Sistemas
	Programador Web
Asesoría	Consultor de TIC para negocios
	Consultor de TIC para Administraciones Públicas
Comercial	Operador de Centro de Atención al Cliente
	Teleoperador de venta online
	Técnico en logística y distribución para comercio electrónico
	Técnico de ventas de TIC para sectores industriales
Creación de contenidos	Diseñador Multimedia
	Técnico en Factores Humanos
	Profesores online
	Diseñadores de contenidos de formación online
	Publicistas online

Tabla 3. Fuente: Telefónica I+D, www.tid.es

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; Supone, al mismo tiempo, 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 (ME) o, lo que es lo mismo, el 5 por 100 del PIB europeo por delante de sectores tan pujantes como son el de las comunicaciones (221.000 ME) o el del hardware - software (189.000 ME)¹³

Por consiguiente, se trata de la definición de un nuevo marco de interacción entre universidad y la sociedad en la que se inscribe: una sociedad, no lo olvidemos, que se autodefine como “de la información”. El nuevo marco exige de la capacitación de una serie de individuos que, a través de su labor especializada, de su ordenación, elaboración e interpretación, sean capaces de convertir la “información” en “conocimiento” y, en consecuencia, posibilitar el acceso masivo a la Sociedad de la Información. 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 pueden satisfacer. La respuesta está 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 :

*“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”.*¹⁴

¹³ e-content. Propuesta de decisión del Consejo. Contenido digitales en las Redes Mundiales. Bruselas 24-5-2000. COM ,2000, 323-Final.

¹⁴ Ley Orgánica de Universidades 6/2001, de 21 de diciembre. BOE nº, 307 de 24 de diciembre de 2001, p. 49400.

BIBLIOGRAFÍA

ANECA, *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*, 2005. Disponible en: http://www.aneca.es/activin/docs/libroblanco_comunicacion_def.pdf.

ANECA, *El programa de convergencia europea de ANECA (2003-2006)*, Madrid, 2006. Disponible en: http://www.aneca.es/publicaciones/docs/publi_convergencia_060620.pdf.

ARIEL/ FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2007): *La Sociedad de la Información en España 2007*, Madrid

ASOCIACIÓN EUROPEA DE UNIVERSIDADES,
<http://www.eua.be/index.php?id=36>

COMUNIDAD VALENCIANA, *Libro Blanco del Sector Audiovisual*, Valencia, 2003.

El papel de las universidades en la Europa del Conocimiento. Comunicado de la Comisión Europea de 05.02.2003. Disponible en: http://www.crue.org/espaeuro/lastdocs/com2003_0058es01El%20papel%20de%20las%20univ%20en%20la%20Europa%20del%20conoc.pdf

ENTER/IDATE FOUNDATION (2007). *DigiWorld 2007 España. Telecomunicaciones, Internet, audiovisual los retos del mundo digital*, Madrid.

FUNDACIÓN ORANGE (2007): *eEspaña 2007, informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*, Madrid.

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD-EMPRESA, *Las demandas sociales y su influencia en la planificación de las titulaciones en España en el marco del proceso de convergencia europea en educación superior*, Madrid, 2004.

INSTITUTO NACIONAL DE EMPLEO (INEM) (2003-2006). *Información sobre el Mercado de Trabajo. Resumen anual de datos del Observatorio Ocupacional*, en <http://www.inem.es/inem/ciudadano/observatorio/index.html>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA: *Catálogo Oficial de Títulos: Directrices Generales*. Disponible en www.mec.es.

RED.ES/GAPTEL (2006): *Contenidos Digitales. Nuevos modelos de distribución on-line*, Madrid.

RED.ES (2006). *Las tecnologías de la Información y de la Comunicación en la Educación*. Madrid.

Reich, S., Tauch, C., *Trends 2003. Progress towards the European Higher Education Area*, Bruselas, 2003.

SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES Y PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (2006): Políticas de fomento de la Sociedad de la Información: plan Avanza, telecomunicaciones, y sector audiovisual, Madrid.

TRENDS IV: European universities implementing Bologna. Disponible en:
<http://www.crue.org/espaeuro/lastdocs/TrendsIV.pdf>