

Editorial

Javier Marzal Felici
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universitat Jaume I

Andreu Casero Ripollés
Profesor Titular de Periodismo
Universitat Jaume I

Apostar por la formación en tiempos de crisis

Sin duda, vivimos una época que podríamos definir como *compleja* y *difícil*, pero también *muy interesante*. En efecto, este inicio del siglo XXI está resultando tan convulso y viene tan cargado de cambios como lo fue el fin de siglo pasado. El mundo de la comunicación está mutando muy deprisa, empujado por un mercado cada vez más exigente, en el que la eficiencia y la productividad se han convertido en motores del cambio. La migración digital, las nuevas tecnologías y el desarrollo de herramientas comunicativas vinculadas a ellas –como los *social media*– promueven estos cambios, si bien cabe subrayar que no son su origen sino, tal vez, expresiones de algunos cambios profundos que se están produciendo en la misma forma de pensar el mundo.

En España, estamos viviendo un fin de ciclo político, económico y social. Caminamos hacia un modelo sociopolítico en el que la participación ciudadana y la permanente rendición de cuentas por parte de nuestros gobernantes, y de las instituciones públicas que dirigen, van a ser exigidas crecientemente por una ciudadanía cada vez mejor informada y más crítica. Los grandes medios ven lentamente compensada su influencia y capacidad de modular la opinión pública con el auge de los medios genuinamente digitales que también permiten a muchos ciudadanos organizarse y promover un tipo de comunicación más participativa. En el terreno de la economía de mercado, ahora más global que nunca, el consumidor-ciudadano está cada vez más y mejor informado y, por tanto, es muy exigente con lo que va a consumir, sea información, entretenimiento o publicidad. Se trata, pues, de un contexto muy exigente para los profesionales de

la comunicación, que estamos obligados a reinventarnos constantemente. Antes también era así, sólo que los tiempos se han acelerado muy notablemente.

En el campo de la formación universitaria, el reto es sencillamente formidable, puesto que debemos ser capaces de dar respuesta a esta realidad cambiante de la comunicación, sin dejar de ofrecer una sólida formación de base que permita preparar al estudiante para la adaptación al cambio, como principio general. En el actual esquema de las enseñanzas universitarias, según el plan Bolonia, las enseñanzas de grado proporcionan una formación de base mínima para el desarrollo de los futuros profesionales del periodismo, de la publicidad y del audiovisual; no obstante, son las enseñanzas de máster universitario –oficial– las que proporcionan la formación más especializada, que preparan al graduado para enfrentarse a una realidad profesional en constante cambio, donde es esencial tener capacidad de análisis y un fuerte espíritu (auto)crítico, unas cualidades propias, al tiempo, de la actividad profesional e investigadora. En efecto, el ejercicio de la profesión de comunicador, en cualquiera de sus ámbitos –periodístico, publicitario y audiovisual–, exige una actualización constante, que debe basarse en la observación y análisis de la realidad profesional, pero también en el estudio de la cuantiosa literatura científica y académica –de calidad– que se va generando constantemente.

En la Universitat Jaume I, estamos muy orgullosos de contribuir modestamente a la formación de futuros profesionales de la comunicación, no sólo con los Grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual y en Publicidad y Relaciones Públicas, sino también con nuestro Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, que alcanza este curso su octava edición. Con unos contenidos renovados recientemente, donde se han incorporado diferentes materias relacionadas con el estudio de los *social media*, el periodismo de autor, el periodismo emprendedor, la auditoría de comunicación, la gestión de comunidades *on line*, el estudio de los discursos documentales contemporáneos o de la creación artística en el campo de las nuevas tecnologías, este Máster Universitario propone un acercamiento tanto a la realidad de la profesión de comunicador como a su dimensión académica. Y ello sólo se puede conseguir promoviendo un estrecho contacto entre estos dos universos –profesión y academia–, que en el Máster en Nuevas Tendencias de la UJI tratamos de acercar continuamente, con la presencia, cada año, de un mínimo de 50 profesionales externos a la UJI, procedentes de otras universidades y de empresas de referencia en los distintos sectores de la comunicación. En este sentido, la revista *adComunica* pretende contribuir a la formación continua de titulados, profesionales e investigadores de la comunicación, a través de la presentación de investigaciones y trabajos que permiten conocer las últimas tendencias del campo comunicativo. La apuesta por temas innovadores tiene en este número 8 una plasmación evidente al explorar los nexos entre la creatividad publicitaria y las tecnologías digitales, en lo que hemos denominado *tecnoactividad*, campo de reflexión de gran actualidad en el campo publicitario.

En los anteriores editoriales de los números 6 y 7 hacíamos referencia a la preocupante situación de los campos de la comunicación en España y, especialmente, en la Comunidad Valenciana. Ciertamente, vivimos actualmente unas circunstancias muy complejas, con una fuerte crisis del periodismo, en pleno proceso de transformación de su modelo de negocio; con una reinención del sector publicitario, que está obligado a adaptarse al nuevo escenario digital; y, finalmente, un sector audiovisual que está viviendo actualmente sus horas más bajas, un año después del cierre de RTVV. El fin de las emisiones de la radiotelevisión pública de los valencianos ha tenido efectos terribles en todos los ámbitos de la comunicación –en el periodismo, en la comunicación publicitaria y en la oferta de entretenimiento–, como se ha podido constatar claramente en estos últimos meses.

No obstante, también podemos subrayar algunos hechos positivos. Por un lado, un año después del cese de las emisiones de RTVV, que se encuentra actualmente en pleno proceso de liquidación empresarial (veremos si ésta culmina, dadas las numerosas incógnitas que han surgido durante el proceso), se empieza a escuchar con cierta fuerza que la restitución del servicio público de radiotelevisión es un hecho posible, deseado, no sólo por la profesión o por el mundo académico (como no podría ser de otra manera), sino también por una parte muy importante de la ciudadanía. Debemos destacar la intensa actividad que vienen desarrollando en este momento diferentes instituciones y entidades que están luchando enérgicamente no sólo por una nueva radiotelevisión pública para la Comunidad Valenciana, sino sobre todo por una renovación y regeneración en profundidad de los sectores de la comunicación en este territorio y en España. Entre ellas, podemos destacar la Comisión Interuniversitaria en favor de una Radiotelevisión Pública Valenciana (CIRTPV), formada por un representante de cada una de las cinco universidades públicas de la Comunidad Valenciana, y cuyo principal objetivo es generar un espacio de reflexión, análisis y ordenación de la diversidad de iniciativas para integrar recursos, sinergias y propuestas, con el fin de garantizar un servicio básico de comunicación audiovisual en valenciano y propiciar las bases de la futura RTV pública valenciana. La Mesa Sectorial del Audiovisual Valenciano (MESAV), constituida también el 3 de marzo de 2014, es una plataforma que agrupa a la gran mayoría de asociaciones profesionales, entidades e instituciones del campo de la comunicación de la Comunidad Valenciana (asociaciones de trabajadores, actores, dobladores, productores, directores, periodistas, centros universitarios, centros de formación profesional, etc.), que persigue el restablecimiento del servicio público de radiotelevisión de la Comunidad Valenciana y la reactivación del sector empresarial y profesional del audiovisual. Finalmente, la Iniciativa Legislativa Popular por una RTV pública valenciana, es una plataforma ciudadana que ha sido capaz de recoger en cuatro meses cerca de 90.000 firmas ciudadanas (casi el doble de lo que se necesitaba), y que en su tramitación en el Parlamento Valenciano ha provocado que incluso el gobierno autonómico que ha cerrado este servicio público haya declarado su acuerdo con esta Iniciativa. Poco a poco, se está fraguando, no sin muchas

dificultades y desencuentros, un nuevo marco que está promoviendo una mayor cohesión de todos los agentes implicados en esta crisis, incluso más allá de las opciones políticas de cada uno.

Esta unidad se escenificó el pasado 14 de octubre de 2014, en un acto público celebrado en el Teatro Olympia de Valencia, en el que se presentó un documento redactado por los participantes de la Mesa Sectorial del Audiovisual Valenciano (MESAV), titulado «Cap a un nou espai audiovisual» / «Hacia un nuevo espacio audiovisual». Uno de los firmantes de este editorial, Javier Marzal Felici, tuvo el honor de participar en este importante acto, no sólo en nombre propio, sino en representación del mundo de la educación (universidades y centros de formación profesional, relacionados con la enseñanza de la comunicación y del audiovisual). En esa breve intervención pública, se destacaron los siguientes aspectos:

«[...] la existencia de una radiotelevisión pública de proximidad es una condición necesaria para tener un sector audiovisual fuerte, que sea motor de la innovación y un apoyo firme para el desarrollo de una economía basada en el conocimiento.

Estamos convencidos de que, para conseguir este objetivo, sólo se puede hacer con la suma de esfuerzos de todas las asociaciones profesionales, los partidos políticos, las organizaciones sociales, culturales y cívicas, y el trabajo de las universidades y del mundo educativo, en general.

Para la construcción de un sector audiovisual competitivo y sostenible, hay que tener profesionales muy formados y preparados, con una gran capacidad de adaptación a una realidad productiva cada vez más cambiante y exigente, donde la formación continúa es y será clave. Nosotros, los profesionales del campo educativo, estamos dispuestos a trabajar llevar para hacer realidad este proyecto común que representa la MESAV.

Nuestra presencia a Mesa Sectorial del Audiovisual Valenciano es, en definitiva, la expresión de un firme compromiso del mundo educativo con el sistema comunicativo audiovisual valenciano. Ahora más que nunca es necesario contar con una información plural, desgubernamentalizada y de calidad; con una comunicación institucional y comercial responsables, que estén al servicio del desarrollo económico y social del territorio; con un entretenimiento de calidad, que permita construir una identidad cultural y una proyección de la cultura y lengua valencianas, que pueda viajar más allá de nuestra tierra.

La creación de una nueva Radiotelevisión Valenciana, de calidad y en valenciano, es un proyecto de enorme valor estratégico para el desarrollo de las industrias culturales y creativas de la Comunidad Valenciana, tiene una enorme relevancia para el mundo educativo, y, en definitiva, es clave para la creación de una sociedad más plural, más libre, más justa y más democrática».

Como hemos señalado recientemente en otro lugar,

«[...] el único aspecto positivo al cierre injusto de RTVV SAU es que se puede diseñar un nuevo servicio público de radio y televisión con la capacidad de corrección que nos da saber cuáles han sido los principales errores cometidos.

En el sistema audiovisual público valenciano todo está –ahora– por hacer, regular y construir. La responsabilidad será compartida. Los políticos, con su función legislativa, pero con el compromiso de respetar la independencia de los medios de comunicación públicos, los profesionales con su capacidad, honradez y rigor, y los ciudadanos, con su espíritu crítico y exigente, tienen que construir el futuro panorama mediático.» (Fitó y Marzal, 2015)

Ante un panorama tan difícil como éste, creemos más necesario que nunca renovar nuestro compromiso con la profesión y con la academia, en este complejo

y mutante mundo de la comunicación, y no conocemos una forma mejor de hacerlo que poniendo todo nuestro esfuerzo y entusiasmo en la publicación de un nuevo número de la revista *adComunica*, con el convencimiento de que, poco a poco, iremos saliendo adelante. Tenemos la firme convicción de que nuestro país necesita un sistema comunicativo y audiovisual lo más fuerte posible, algo esencial para salir de la profunda crisis en la que estamos inmersos.

Una vez más, agradecemos a investigadores y profesionales –autores, evaluadores, miembros de los comités científico y editorial, consejo profesional, consejo técnico y secretaría técnica de la revista–, que han participado en este número, y que contribuyen a consolidar la revista *adComunica* que, a su vez, está estrechamente relacionada con la actividad docente e investigadora a través del Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación de la Universitat Jaume I.

Referencias

Fitó, Josep Lluís y Marzal Felici, Javier (2015). Propuestas para la gobernanza de una nueva radiotelevisión pública valenciana. En: Javier Marzal Felici, Jessica Izquierdo Castillo y Andreu Casero Ripollés (eds.). *La crisis de la televisión pública. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia: Col.lecció Aldea Global, Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra; Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona; Publicacions de la Universitat Jaume I; Publicacions de la Universitat de València. [en prensa]

Referencia de este artículo

Marzal Felici, Javier y Casero Ripollés, Andreu (2014). Apostar por la formación en tiempos de crisis. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º8. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación *adComunica*, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 11-15. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2014.8.1>.

