

LA MULTIMEDIA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL ECUADOR.

Lorraine Tonika Chedraui Aguirre, Mgs.

Magíster en diseño y gestión de marca (Ecuador).

Docente Tiempo Completo de la Facultad de Marketing y Comunicación de la Universidad

Tecnológica ECOTEC, Ecuador.

lchedraui@ecotec.edu.ec

ARTÍCULO DE REFLEXIÓN

Recibido: 31 de octubre 2019.

Aceptado: 13 de enero de 2020.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo comparar la formación académica de la carrera de multimedia y producción audiovisual en las diferentes universidades de Guayaquil, para evidenciar las mejores prácticas e inexactitudes aplicadas. La metodología empleada fue una investigación documental donde se indagaron e interpretaron documentos de diferentes fuentes oficiales institucionales, como Ministerio de Cultura, Instituto de Cine y Creación Audiovisual, entre otros; para que a través del método inductivo-deductivo se planteen generalidades sobre el contenido de la carrera y presentar diferentes enfoques en la formación académica de la carrera multimedia.

Palabras clave: multimedia, audiovisual, educación superior.

ABSTRACT

The present research aims to compare the academic training of the multimedia and audiovisual production career in the different universities of Guayaquil, to demonstrate the best practices and inaccuracies applied. The methodology used was a documentary research where documents from different official institutional sources were investigated and interpreted, such as the Ministry of Culture, Institute of Film and Audiovisual Creation, among others, so that through the method inductive-deductive approaches are raised about the content of the career and present different approaches in the academic training of the multimedia career.

Keywords: multimedia, audiovisual, higher education.

INTRODUCCIÓN

Las necesidades de las personas han evolucionado hacia un punto de vista donde las comodidades, necesidades y preferencias se ven modificadas por el avance de la tecnología de información y comunicación, lo cual ha obligado a las empresas a evolucionar constantemente para no morir en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios. La abundante información llega a los sentidos del ser humano a través de medios tradicionales y nuevos medios de comunicación.

La primera gran transformación fue la digital, que reinventó características en muchas áreas de una empresa, desde la forma de comunicación, hasta la forma de vender un producto o servicio, por lo que muchas carreras de educación superior e incluso educación secundaria enseñan, ya desde varios años, componentes digitales en sus asignaturas, profundizando y permitiendo el desarrollo de esa tendencia durante un tiempo más prolongado. La siguiente evolución tiene que ver con el factor tecnológico, los avances y nuevos desafíos que se presentan, dando como origen a ciudades más inteligentes, inteligencia artificial, asistentes virtuales y tecnologías multimedia, que permiten que los diferentes medios como el audio y video sean trabajados con un mayor grado de interactividad hacia el usuario, modificando la manera como se actúa y se percibe los diferentes entornos, por lo que, la formación de educación superior debe estar alineada a la pertinencia del mundo laboral y las necesidades de su entorno, para formar profesionales que respondan a los nuevos desafíos que se presentan en las diferentes áreas (Arana, 2019):

- Impulsar la cultura a través de la experiencia multimedia.
- Mejorar la eficiencia de los procesos en las organizaciones.
- Contribuir a la comunicación interna.
- Proporcionar una capacidad de respuesta rápida en un entorno cambiante.
- Ofrecer nuevas oportunidades de negocio gracias al análisis de datos.
- Mejorar la experiencia del cliente y su relación con la marca.

El presente estudio pretende comparar la formación académica de la carrera de multimedia y producción audiovisual en las diferentes universidades de Guayaquil, para evidenciar las mejores prácticas e inexactitudes aplicadas, de esta manera exponer un enfoque apropiado para la carrera de multimedia.

REVISIÓN TEÓRICA

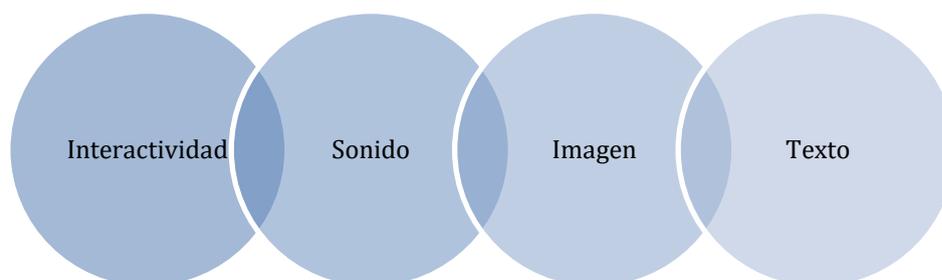
Multimedia

El término multimedia se ha utilizado para abanderar cualquier tipo de producto relacionado con el tratamiento de imágenes o sonido, en diferentes medios de comunicación, así como hardware y software que tengan relación con el sonido y el video. Está compuesta del prefijo multi, que significa muchos, por lo que la definición simple es “muchos medios”. Vaughan (1993) expresa que multimedia es “cualquier combinación de textos, artes gráficas, sonido, animación y video” y Gutierrez (2010) indica que “en el multimedia están implicados varios (no muchos) medios o aparatos. Estos medios pueden ser elementos o dispositivos distintos, interconectados que pueden presentarse como módulos o como un ordenador multimedia”. Por lo que se puede definir a la multimedia como cualquier objeto o sistema que integra varios medios como texto, audio, video, animaciones con la finalidad de educar o entretener.

Los elementos audiovisuales, combinados con un hardware, añaden interés, realismo y utilidad al proceso de comunicación. Ramonet (2002) menciona que de la visión a distancia y de la comunicación mediante envío de texto; con las redes interactivas multimedia se crea una mediasfera, un nuevo espacio que de manera imaginativa y de ciencia ficción, permite la interacción en tiempo real entre el usuario y un objeto o sistema que muestra gráficos, videos, sonidos, textos y animaciones integradas todo en un mismo entorno, siendo llamativo para el usuario, que interactuará o no sobre él para obtener un resultado visible, audible o ambas cosas.

“Los nuevos materiales o aplicaciones a los que se denomina habitualmente multimedia añaden características importantes como: interactividad, la posibilidad de relación y una respuesta mutua entre usuario y el medio” (Gutierrez Martín, 2010, p. 27).

Figura 1. Interactividad del multimedia



Fuente: (Gutierrez Martín, 2010)

Gutierrez (2010) menciona que si se permite al usuario elegir qué elementos deben aparecer en pantalla y cuándo, se trata de multimedia interactiva; pero si se presenta una estructura de elementos unidos entre sí, a través de los que el usuario puede navegar, la multimedia interactiva se convierte en hipermedia.

Según Costa y Piñero (2014), las nuevas herramientas tecnológicas permiten que los contenidos lleguen a otros usuarios; pero además, permite que cualquiera pueda afrontar el proceso de creación multimedia no profesional con gran facilidad: editar material audiovisual, retocar una imagen, crear un álbum de imágenes con música de fondo, etc. Son actividades que están al alcance de todos y entonces, todos son catalogados como creadores multimedia en potencia. Pero “el acceso no asegura el uso y el uso no significa acceso. Entre ambos existe un contexto, un significado, un entorno” (MORDUCHOWICZ, 2008).

Las estrategias monomedia forman parte del pasado, ya que la multiplicidad de canales, y en especial la denominada “cuarta pantalla” o dispositivos móviles, hace que los contenidos se expandan a un usuario hiperconectado, desde cualquier lugar y a cualquier hora (Costa & Piñero, 2014).

Figura 2. Evolución en relación entre consumidor y productor



Fuente: (Costa & Piñero, 2014)

Morduchowicz (2008) sostiene que el entretenimiento es el principal factor para los jóvenes, en la valoración de los dispositivos electrónicos, que todos el día de hoy son generación multimedia y que pueden hacer al mismo tiempo tareas off y online que incorpore distintos dispositivos multimedia. Según datos del Inec (Ecuador en cifras, 2019), en Ecuador hay 3,9 millones de Millenials, que representan el 23,2% de la población total. No solo ellos están familiarizados con los dispositivos multimedia de última tecnología, sino las diferentes generaciones:

Tabla 1. Comparación de generaciones.

Generación X	Generación Y	Generación Z
Entre 37 a 52 años	entre 22 a 36 años	Entre 18 a 21 años
44 de cada 100 tienen un smartphone	65 de 100 tienen un Smartphone	El 75% de los miembros tienen celular
46,7% usa internet	60,7% usa internet	90% usa internet

Fuente: (Ecuador en cifras, 2019)

“Otra de las diferencias que se destacan es que el 98% de los más jóvenes dicen usar su teléfono celular con fines de entretenimiento (redes sociales), para acceder a música y compartir sus actividades e intereses mucho más que las otras generaciones estudiadas” (El Universo, 2017).

Es por ello que en la educación se ha incorporado el uso de los dispositivos multimedia para mejorar la experiencia en la enseñanza. El ministerio de Educación incluyó un presupuesto de \$107.605.712,75 para financiar el proyecto Sitec, que proporciona tecnología en el aula. (Ministerio de Educación, 2018). “Pensar entonces en una generación multimedia es incluir a las infancias y las adolescencias en la oferta mediática y tecnológica de que disponen, y también su utilización en simultáneo. Esto implica, en términos de entorno mediático, una compleja relación y un entrecruzamiento entre medios disponibles y hábitos y costumbres familiares, a partir de la incorporación al hogar de la televisión, Internet, videos, computadora y celulares” (Barg, 2019).

Los contenidos en el aula también han tenido cambios, incluyendo educación multimedia y producción audiovisual en los distintos niveles de educación en Ecuador.

Cuando las instituciones educativas y los propios estudiantes han desarrollado contenidos, éstos no son suficientes en términos de cantidad, calidad, adecuación y apropiación, ya que no son realizados bajo una metodología o modelo que permita integrar las Tecnologías de la Información y Comunicación, como una herramienta de innovación pedagógica y generación de conocimiento, para el desarrollo de la sociedad actual, basada precisamente en la información y el conocimiento como instrumentos de crecimiento económico de un país (Granizo & Haro, 2016).

Producción multimedia y audiovisual en Ecuador

“La industria digital genera nuevas formas de producir, distribuir y utilizar los contenidos tradicionales como: cine, video, música, televisión, publicidad, prensa, entre otros; y ha dado lugar a que nuevos sectores de la economía ingresen al mercado de contenidos digitales” (Granizo & Haro, 2016), por ello El Ministerio de Cultura y Patrimonio mediante la Cuenta Satélite de Cultura, remarca la importancia de las industrias culturales en la economía ecuatoriana, sobre todo la producción audiovisual:

- ✓ De acuerdo al Registro Único de Actores Culturales, se desenvuelven más de 14.000 personas en áreas escénicas, musicales y artísticas en las provincias de Pichincha, Guayas y Pastaza.
- ✓ En 2016, la producción audiovisual generó \$572 millones y empleó a 17.000 familias.
- ✓ Conforman el 44% del mercado de actividades culturales en el Ecuador.
- ✓ Se incrementó en un 500% la producción de obras audiovisuales, en comparación al 2007 que se estrenaron 8 (Revista gestión, 2019).

El Banco Interamericano de Desarrollo y Ministerio de Cultura y Patrimonio, apuntan que la contribución de las actividades culturales y artísticas al PIB de Ecuador es de 1,8% (Censo Económico 2010). “La valorización de la cultura sobre la producción surge como una iniciativa regional, para facilitar la toma de políticas públicas acertadas, que fomenten el desarrollo de labores que han sido invisibilizadas, dentro del estudio de la economía convencional” (Cobos, 2019) .

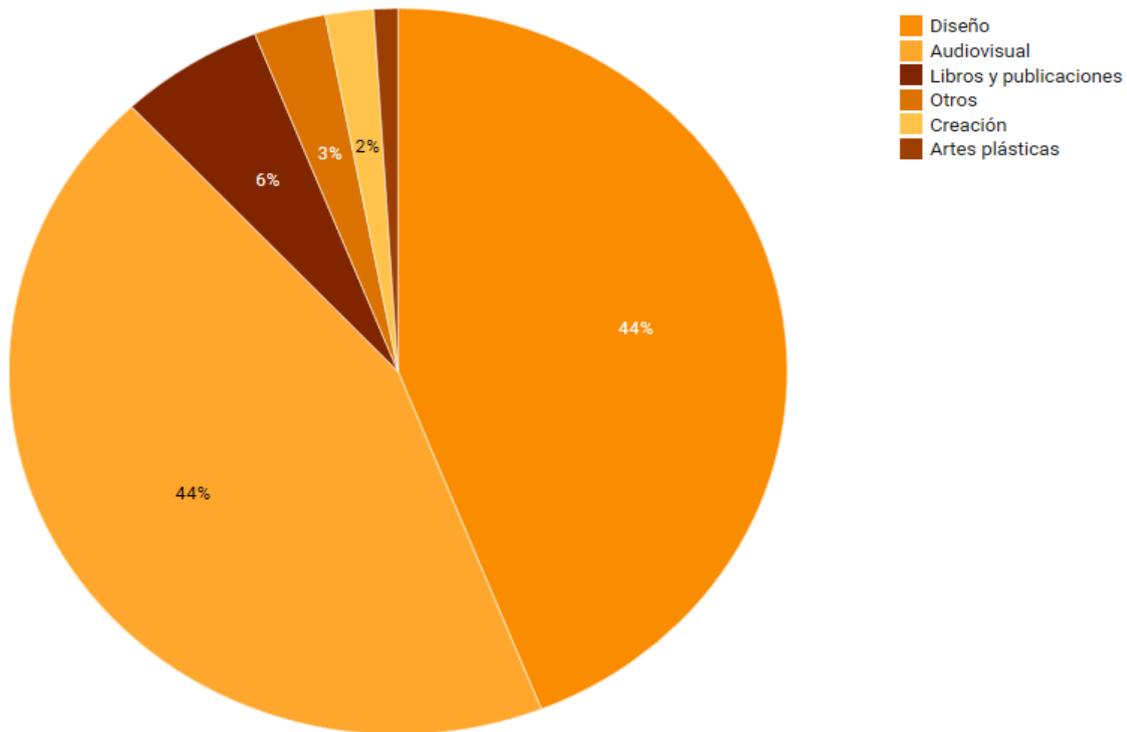


Gráfico 1. Actividades del sector cultural en Ecuador

Fuente: MCYP 2017

El Ministerio de Cultura y Patrimonio (MCYP) viene consolidando desde el 2015 el Sistema de Información Cultural y Patrimonial con la finalidad de proveer cifras y estadísticas para fortalecer las actividades relacionadas a la Economía Naranja que se desarrollan en el Ecuador; mediante la formación de políticas públicas y visibilización de labores que se contemplan dentro de las industrias culturales y creativas. Este esfuerzo se articula conjuntamente con otros países de la región de América Latina y el Caribe, pues la construcción de Cuentas Satélite de Cultura (CSC) mantiene por objetivo suministrar de indicadores coherentes, consistentes, confiables, oportunos y comparables (Revista gestión, 2019).

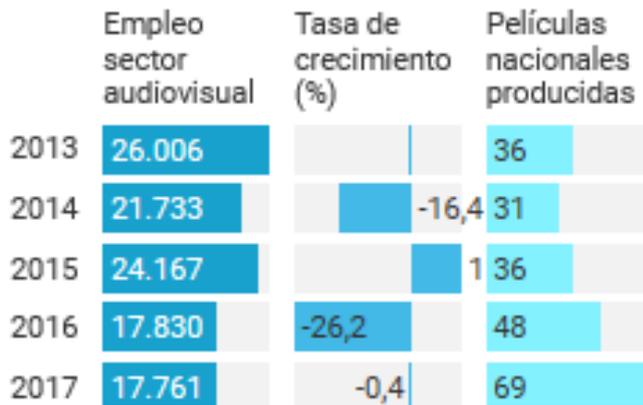


Gráfico 2. Empleo relacionado a la producción audiovisual.

Fuente: (Revista gestión, 2019)

Ancladas al quinto objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 se encuentran las metas que las políticas públicas de comunicación y cultura proponían alcanzar: 5.4. Incrementar el número de estrenos de obras cinematográficas independientes de producción y coproducción nacional en salas de cine comercial a 15. 5.6. Incrementar el peso relativo de las industrias culturales con respecto al PIB (solo audiovisuales) al 0,95%. incluye los sectores libros, publicaciones y audiovisuales; es por ello que surgió el aporte a la producción audiovisual de diversos ministerios en Ecuador:

- Ministerio de Cultura y Patrimonio – Plan Integral “Ecuador Creativo”.
- Consejo Nacional de Cinematografía en Ecuador (CNCine).
- Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA).
- Retina Latina.
- Fondo de Fomento Cinematográficos (Convocatorias concursables).
- Festivales y Muestras Audiovisuales.

Actualmente, el Ministerio de Cultura y Patrimonio a través del Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividades (IFAIC) presentó hoy en rueda de prensa la ‘Línea de Apoyo a Emprendimientos e Industrias Culturales’, en el marco del Plan Integral ‘Ecuador Creativo’.

Esta nueva línea de apoyo impulsará el desarrollo y sostenibilidad de las cadenas de valor de los sectores cultural y creativo del país y está dirigida a la prestación de servicios de capacitación para el emprendimiento cultural, pre-incubación de emprendimientos culturales

y asesoría gerencial para empresas culturales en marcha (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019):

La exhibición de nuestras obras a nivel nacional no se ha visto favorecida por las cadenas comerciales multipantalla. El 96% de la oferta se concentra en tres principales cadenas de distribución y exhibición cinematográfica, conforme los datos reportados por Multicines y Cinemark, y los estados de resultados publicados en la Superintendencia de Compañías, esto es, Supercines, con 57%, Multicines con 20% y Cinemark, con 19%, mismas que dan prioridad a cine comercial norteamericano, dejando a nuestras producciones en horarios poco convenientes o, bien, vetando del todo su exhibición. Existe, además, una concentración de multipantallas, salas de cine e, incluso, de festivales y espacios de exhibición independientes en pocas ciudades del país y provincias (Instituto del Cine y la Creación Audiovisual, 2018).

El art. 98 respalda y obliga a transmitir, en los medios nacionales, piezas publicitarias realizadas con un 80% de personal ecuatoriano o extranjeros nacionalizados.

Multimedia en la Educación Superior en Ecuador

En Guayaquil hay varias ofertas sobre la producción audiovisual y multimedia, donde cada una mantiene su propio enfoque, pero que mantienen similares perfiles de egreso como: Productor, director y guionista de cortometrajes y largometrajes.

Productor, director y guionista de comerciales, videos musicales, videos corporativos, realizador de video juegos y animación, comunicación multimedia, emprendedor audiovisual.

Tabla 2. Oferta Producción Audiovisual y Multimedia en Educación Superior.

UNIVERSIDAD	NOMBRE DE LA CARRERA	ENFOQUE
Universidad Casa Grande	<u>Multimedia y Producción Audiovisual</u>	Producción en diferentes formatos. (3 itineraries: animación, digital y productos multimedias)
Escuela Superior Politécnica del Litoral	<u>Producción para Medios de Comunicación</u>	Medios de comunicación y cine (itinerario en animación)

Universidad de Especialidades Espítiru Santo	<u>Producción para Medios</u>	Medios y cine (sin itinerarios)
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	<u>Animación Digital</u>	Composición digital, programación y videojuegos (2 Itinerarios: multimedia y videojuegos)
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	<u>Licenciado en Cine</u>	Cinematográfico
Tecnológico Espítiru Santo	Producción en Comunicación Audiovisual	Publicitario
Universidad de las artes	Cine y Artes Audiovisuales	Artístico y cinematográfico

Fuente: Elaboración propia.

La carrera de “Diseño Web y aplicaciones multimedia ofertada por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, fue creada en el año 2006, liderada por docentes de la misma universidad, fusionaron la Web y Multimedia, disponiendo de un abanico de materias, analizadas y ordenadas para que sean unos expertos en temas de Internet, Web, Multimedia, Videojuegos, e-Commerce, Móviles, programación entre otras especialidades, pero entró en proceso de evacuación en el año 2015, por la poca demanda, “faltaba más, las materias no eran suficientes para hacer un profesional especialista en las dos áreas”, por lo que los alumnos preferían registrarse en la carrera de programación de otra Facultad de la misma universidad. “Las materias no eran suficientes para hacer un profesional especialista en las dos áreas” (Lambert, 2011).

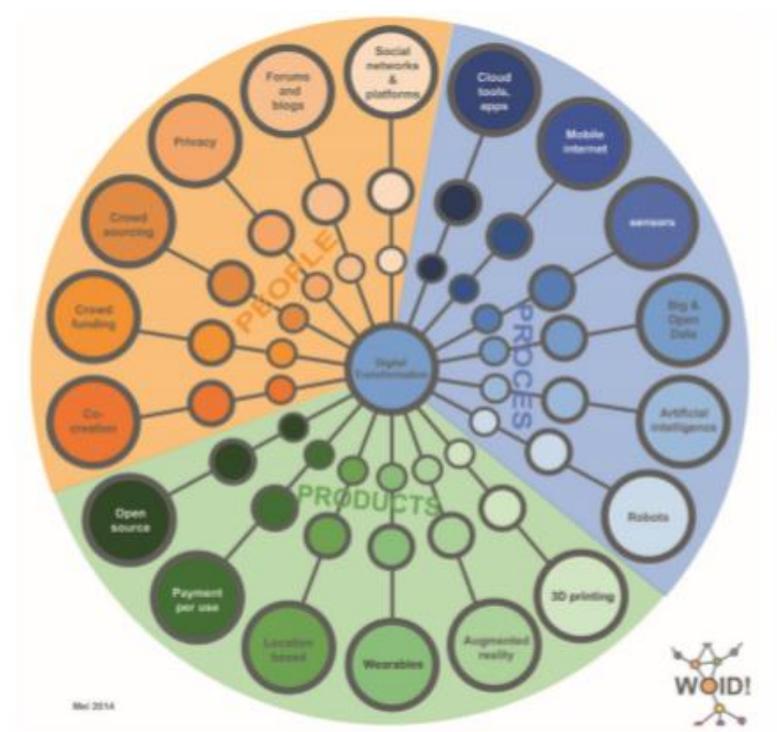
Tabla 3. Carrera en evacuación.

UNIVERSIDAD	NOMBRE DE LA CARRERA	ENFOQUE
Escuela Superior Politécnica del Litoral	<u>Diseño Web y Aplicaciones</u> <u>Multimedias</u>	Diseño y programación Web (Evacuación)

Fuente: Elaboración propia.

La tecnología cobra un valor fundamental e invaluable como aliada a la hora de simplificar la rutina con un solo tap en la pantalla de algún dispositivo digital, se forma un espacio para que la región pueda formar parte de la Cuarta Revolución Industrial, como se discutió en el Foro Económico Mundial, en Davos, Suiza. “La adopción de la tecnología necesaria para cada actividad está aumentando gracias al abaratamiento de costes, y principalmente gracias al software open source” (Serrano, 2016).

Figura 3. Transformación digital



Fuente: (Detief La Grand, 2016)

Los datos masivos, su explotación vía inteligencia artificial, y la supresión de fronteras entre canales, dispositivos y tipos de interacción, nos hacen visualizar una internet que lo llena y lo ocupa todo. La inmediatez y la personalización convierten al usuario en una fuente de datos cambiante pero susceptible de ser cambiada. La razón es que la cacharrería (móviles, gafas, cascos...) ha sido muy cara y con mala calidad visual que provoca mareos y dolor cabeza. Existen ya modelos más manejables y usables (Serrano, 2016).

La nueva oferta de educación superior va acorde a la demanda del mercado, que tienen implícitas las nuevas tecnologías que surgen en el entorno, por lo que la Universidad Ecotec, oferta la nueva carrera Multimedia y producción audiovisual, con su perfil de egreso similar a

los antes mencionados: Productor, director y guionista de comerciales, videos musicales, videos corporativos, realizador de video juegos y animación, comunicación multimedia, emprendedor audiovisual.

Tabla 4. Nueva oferta multimedia.

UNIVERSIDAD	NOMBRE DE LA CARRERA	ENFOQUE
Universidad Ecotec	<u>Multimedia y Producción Audiovisual</u>	Producción audiovisual en nuevos entornos digitales

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

El avance de la tecnología, en especial, en el ámbito de la comunicación, obliga a los medios a evolucionar constantemente para no morir en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios mediáticos que han afectado cómo el consumidor experimenta los productos, marcas o servicios ofertados por las diferentes organizaciones, es por ello que la oferta académica debe estar alineada a la demanda del mercado y las necesidades que surjan.

Una de las primeras carreras de multimedia ofertada en Guayaquil fue creada por la Espol, pero entró en proceso de evacuación, ya que su contenido no abastecía para crear profesionales en dos áreas: programación y audiovisual.

Las nuevas ofertas de carreras multimedia, si bien tienen el mismo perfil de egreso que otras carreras deben presentar un enfoque que las diferencie, como crear alianzas para el apoyo a producciones audiovisuales, interfaz multimedia que ayude a innovar producciones audiovisuales (realidad virtual, games, webs y apps fortalezcan las producciones en radios, cinematográficas, publicitarias, tv, etc), o nuevos espacios digitales de entretenimiento. Así mismo no será una carrera que permitirá ser especialista en programación, diseño y producción, porque son tres áreas completamente diferentes; pero pueden tener bases para manejar equipos que integren especialistas que les permitan crear producciones audiovisuales y multimedia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arana, R. (06 de 2019). *ttandem*. Recuperado de <https://www.ttandem.com/blog/que-es-la-transformacion-digital-y-por-que-es-necesaria-para-cualquier-negocio/>
- Barg, L. (2019). Las marcas de la generación multimedia. *Revista movimiento*, 33-38.
- Cobos, E. (15 de abril de 2019). La producción audiovisual aporta con \$ 572 millones a la economía nacional. *Revista Gestión*. Recuperado de <https://revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/la-produccion-audiovisual-aporta-con-572-millones-la-economia-nacional>
- Costa, C., & Piñero, T. (2014). *Estrategias de comunicación multimedia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Detief La Grand*. (2016). Creative commons. Obtenido de <https://creativecommons.org/licenses/by/2.0>
- Ecuador en cifras*. (2019). Hablando de Millennials. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2017/millennials.pdf>
- El Universo*. (8 de 02 de 2017). El 90% de la generación Z de Ecuador se conecta a internet a través del celular. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2017/02/08/nota/6038335/90-generacion-z-ecuador-se-conecta-internet-traves-celular>
- Granizo, E., & Haro, S. (2016). Modelo de Producción de Contenidos Digitales para la Educación. *Maskay*.
- Gutierrez Martín, A. (2010). *Educación Multimedia y nuevas tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Instituto del Cine y la Creación Audiovisual, I. (2018). Obtenido de https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwjz-_Ks-qvmAhXEXlkKHf2qCjgQFjAAegQIBhAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cineyaudiovisual.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2018%2F04%2F2018-03-05_06-31-01_FORTALECIMIENTODELAINDUS
- Lambert, Y. (29 de 07 de 2011). *Profesor Lambert*. Obtenido de profesorlambert.com/lo-que-no-sabes-de-la-licenciatura-en-diseno-web-y-aplicaciones-multimedia-historia-por-yamil-lambert/
- Ministerio de Cultura y Patrimonio*. (5 de 09 de 2019). Nueva línea de apoyo fortalecerá emprendimientos innovadores y empresas culturales. Obtenido de

<https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/nueva-linea-de-apoyo-fortalecera-empresamientos-innovadores-y-empresas-culturales/>

Ministerio de Educación. (2018). Evaluación del Programa de Entrega de Laptops y Tablets.

Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/Nota-tecnica-tablets-y-laptops.pdf>

Morduchowicz, R. (2008).

La generación multimedia. significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes. Buenos Aires: Paidós.

Ramonet, I. (2002). *La post-televisión: multimedia, Internet y globalización económica*.

Barcelona: Icaria Editorial.

Rencoret, N., Martínez, A., & Punín, I. M. (2014). *Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro/ Digital Media in Ecuador - Future Perspectives*. Obtenido de ProQuest:

<https://search.proquest.com/docview/1476812677?accountid=130858>

Serrano-Cobos, J. (2016). Tendencias tecnológicas en internet: hacia un cambio de paradigma. *El profesional de la información*, 843-850.

Vaughan, T. (1993). *Multimedia: Making it Work*. St. Berkeley: McGraw Hill.