



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y FORMACIÓN EN LA GENERACIÓN DE VALOR

Aplicaciones prosumidoras en el audiovisual de proximidad

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND TRAINING IN VALUE GENERATION

Prosumer applications in proximity audiovisual

BASILIO CANTALAPIEDRA NIETO ¹, PABLO AGUILAR CONDE ²

¹ Universidad de Burgos, España

² Universidad de Burgos, España

KEYWORDS

*Corporate Social Responsibility
Prosumer
Proximity
Value generation
Audiovisual
Collaborative
Teaching*

ABSTRACT

Teaching subjects related to audiovisual production could be considered an ideal issue to develop the use of the production dossier. This model with a portfolio format, used in the professional world, allows students to intuitively develop the prosumer role, creating local audiovisual content within the framework of a mock audiovisual production company, which generates value from the initial script in a way that following this model, the trainer can build skills in Corporate Social Responsibility so that students and companies can implement these policies in their operations.

PALABRAS CLAVE

*Responsabilidad Social Corporativa
Prosumidor
Proximidad
Generación de valor
Audiovisual
Cooperativo
Docencia*

RESUMEN

La docencia de materias relativas a la producción audiovisual encuentra un modelo de trabajo idóneo en el uso del dossier de producción. Esta herramienta con formato de portfolio, utilizada en el mundo profesional, permite que el alumnado pueda desarrollar intuitivamente el rol prosumidor, creando contenidos audiovisuales de proximidad en el marco de un simulacro de productora audiovisual, que genera valor a partir del guion inicial, adiestrando también a los estudiantes en los compromisos de Responsabilidad Social Corporativa que las empresas deben implementar en su funcionamiento.

Recibido: 13/ 07 / 2022

Aceptado: 20/ 09 / 2022

1. Introducción

La estratificación y periodización de todo proceso de producción audiovisual facilita su traslación como modelo para la docencia audiovisual, con la finalidad de usarlo como instrumento en la formación en la generación de valor del alumno/a. La segmentación y temporalización del proyecto audiovisual se realiza en fases consecutivas como la previa de la preproducción, que conlleva la preparación de los trabajos, la de rodaje o grabación en la que se materializa filmicamente lo requerido en el guion preexistente y la final de edición o postproducción que deriva en el producto final coronando el segmento de la producción que, a su vez, precisa de otros dos segmentos con necesidades específicas, la distribución y exhibición de los contenidos. Todas estas unidades pueden aplicarse en la docencia audiovisual, aprovechando para reforzar la meta de cumplir los compromisos de Responsabilidad Social como empresa audiovisual, integrando el aspecto social de la formación, ya que una gestión precisa del trabajo en equipo puede producir un efecto multiplicativo de la actividad del docente mejorando el conocimiento, su transferencia a otras situaciones fuera del aula, lo que sin duda contribuirá a la percepción por parte del alumno/a, y del docente de la generación de valor a través de su formación. Un buen proyecto de innovación docente que aplique el aprendizaje-servicio puede ayudar a que los estudiantes desarrollen competencias sociales complejas vetando ciertos estereotipos y primando una visión abierta de la sociedad (González Aldea y Marta-Lazo, 2015).

El objetivo de este trabajo es estudiar la implementación del desarrollo de un dossier de producción audiovisual en la docencia, mediante el uso del modelo de portfolio, como instrumento formativo que favorecerá la generación de valor desde múltiples aspectos, entre los cuales se encuentra el trabajo colaborativo en el marco de una entidad productora ficticia, que debe cumplir con sus compromisos de Responsabilidad Social Corporativa como empresa mediática. La introducción de formación sobre Responsabilidad Social Corporativa y el uso de estrategias didácticas participativas y flexibles (Díaz, Quintana, Marchante y Martín, 2021) contribuye al desarrollo de un gran número de competencias necesarias en el sector audiovisual. La socialización del plan formativo debe ser un pilar fundamental para que los alumnos perciban sus estudios como un eslabón más que la simple superación de un grado universitario, ya que debe buscar la excelencia y la relación con los distintos grupos de interés con los que se relacionará en su mundo profesional de tal manera que una formación completa y transversal debe contribuir a la generación de valor del alumno titulado que posteriormente pueda exportar a su empresa o sector audiovisual para intentar que la sociedad en general y los espectadores en particular puedan entender los diferentes tipos de personas con los que nos relacionamos y mostrar un comportamiento empático hacia los diferentes.

El desarrollo del proceso de gestión, organización del trabajo y generación de valor del proyecto, puede materializarse en la creación de un dossier de producción, estructurado en formato de portfolio, que permita percibir la evolución temporal del trabajo estratificado por fases consecutivas, así como la generación de valor que se ha ido produciendo, tanto de manera lineal como por parte de los diversos departamentos responsables de facetas distintas del proyecto, contando con un punto de partida, el del guion literario. Incluso dicho guion puede estructurarse en campos distintos y consecutivos, facilitando la aprehensión del proceso de generación de valor desde el punto inicial hasta el del proyecto que derive en el producto final.

La metodología seguida es el análisis de la organización de la gestión del trabajo en el desarrollo de un proyecto audiovisual y su traslación como modelo aplicado a la docencia en su formato de dossier de producción y su uso para la realización de trabajos grupales colaborativos, mediante el estudio del modelo de evaluación aplicado en la docencia de la asignatura Estructura del sistema audiovisual, impartida en el cuarto curso del Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos. Igualmente se estudian las variables que afectan a la evaluación docente de trabajos en equipo estructurados en departamentos estancos, aunque interdependientes entre sí, así como los resultados de las encuestas de opinión de los estudiantes sobre la calidad de la docencia en la asignatura.

Se comprueba cómo el dossier de proyecto audiovisual facilita el desarrollo de numerosas competencias inscritas en las guías docentes, gracias a la temporalización en fases consecutivas y el trabajo colaborativo que precisa para alcanzar las metas comunes del proyecto en el marco de una sociedad responsable. Se puede concluir que este modelo ayuda a que la formación contribuye a la generación de valor con naturalidad en el desarrollo de la actividad docente, permitiendo su aprehensión intuitiva por el alumnado, pudiendo incluso trasladarse a diversas materias propias de otras titulaciones.

2. El audiovisual como producto

La actividad cinematográfica es percibida por los espectadores que acuden a las salas como un producto artístico unificado, cerrado y sin aristas, del que además se atribuye su autoría a la figura individualizada de quien ejerce la dirección de la película.

El cine, como el resto de actividades artísticas, surge por la capacidad creativa del ser humano en su búsqueda por trasladar al resto de sus congéneres una idea sobre el mundo, una nueva visión sobre el mismo, o tan simple como complejo, pretenda entretener a los espectadores con su relato. Pero, el cine ¿es tan solo arte o también

es una actividad netamente industrial? Si tomamos otras facetas artísticas como la pintura, escultura, fotografía o literatura, la individualidad con la que afrontan los creadores su trabajo provoca dos situaciones. Por un lado, se aligera el coste económico de la producción del objeto artístico al intervenir únicamente una persona y con ello tender a un lucro económico individual. Por otra parte, se elimina la necesidad de la gestión de un equipo de trabajo por lo que las decisiones acerca se simplifican, será el individuo quien las tome y ejecute por sí mismo. Sin embargo, en la actividad audiovisual, sea cinematográfica o televisiva, resulta imposible de afrontar la realización individual del trabajo, diríamos que ese deseo por parte de ciertos autores deviene en mera utopía. Baste un intuitivo ejemplo, siempre debe existir un personaje ante el objetivo de la cámara, la cual deberá ser manejada por alguien.

La cinefilia de millones de espectadores deposita en sus retinas una imagen idealizada de la realidad cinematográfica, la asunción de que el espacio fílmico reconstruido en la pantalla, y las acciones que en él se desarrollan suceden con la naturalidad y la continuidad temporal de los acontecimientos vividos. Pero esto nunca es así. Todo debe ser recreado partiendo de cero y para ello todo debe ser organizado como cualquier otra actividad económica ya que, a pesar del carácter efímero en apariencia del producto cinematográfico, de no tratarse de un servicio tradicional y de las dificultades que esto implica en el análisis de los economistas (Gomery, 1991), el cine no ha dejado nunca de ser también industria.

Cada producto audiovisual es un prototipo distinto al resto, único y diferenciado tanto en su resultado final como en el proceso que debe seguirse para alcanzarlo. Si entre las dos grandes parcelas del mundo audiovisual, el cine y la televisión, podemos apreciar como espectadores diferencias palpables, en el primero respecto de la duración de los metrajes o el género al que pertenecen (comedia, musical, western, etc...), seguimos percibiéndolos como películas relativamente similares en su forma de hacer más allá del relato que nos trasladen, como productos uniformizados iguales a los que podemos adquirir en cualquier tienda o supermercado. Una caja de leche o un pantalón, llevan impresa la marca comercial que los distingue y aunque las calidades sean distintas, sus procesos de fabricación están uniformizados. Y el producto película es percibido de la misma manera por los espectadores que acuden a las salas.

De igual forma, si nos referimos al ámbito televisivo, el telespectador distingue cuando se realiza una retransmisión deportiva, cuándo está viendo un programa informativo, un reality o una sitcom, y tiene muy interiorizadas las diferencias existentes entre las diversas modalidades televisivas. Pero dentro de cada grupo asume que han sido producidos de una manera uniforme. Es decir, las peculiaridades intrínsecas a la confección de cada producto audiovisual concreto no son percibidas por los espectadores. Pero esto no es un hecho negativo, al ser la constatación del logro de uno de los objetivos de la maquinaria audiovisual, el de la ocultación de su propia existencia para lograr la suspensión de la incredulidad del espectador durante el visionado del metraje audiovisual.

Podemos advertir que la evolución del medio televisivo ha llevado, sin embargo, a mostrarle al telespectador su propio aparataje de funcionamiento. Así, de la era paleotelevisiva que tenía entre sus funciones informar, educar y entretener se pasó a la neotelevisión que se caracteriza por asumir los roles de distraer a los espectadores, hacerlos participar y convivir con ellos (Tous Rovirosa, 2009) con una hipervisibilización de la propia entidad enunciativa televisiva, mostrando su artificio a través de los estudios, las cámaras, el potencial técnico y el espacio entre bastidores, convirtiendo al público en partícipe activo dentro del juego comunicativo (Imbert, 2003).

Esto concuerda con la actitud actual de los consumidores, que frente a la pasividad con la que asistían al espectáculo audiovisual en los sistemas más tradicionales como el cine, han redirigido su forma de enfrentarse a los productos audiovisuales asumiendo un papel más protagónico. Han dejado de ser meros consumidores o espectadores, para pasar al otro lado de la pantalla como productores de los contenidos mediante el rol prosumidor, en un vocablo introducido por Alvin Toffler (1980) como resultado de la fusión de dos términos *producir* y *consumir*. Gracias al habitual uso de los smartphones que ha permitido que el teléfono pueda usarse para grabar contenidos que inmediatamente puedan ser distribuidos a través de Internet, los usuarios han pasado a convertirse en prosumidores de un universo propio de imágenes, en una época en la que la interactividad propia de los nuevos medios permite “que cada usuario individual haga o envíe imágenes, además de, simplemente, recibirlas desde el exterior” (Toffler, 1980, p.449). El proceso se ha simplificado convirtiendo al usuario en el protagonista y conductor de los tres eslabones que articulan el sector audiovisual, la producción, distribución y exhibición, integrándolos en la acción y decisiones de un único agente. Y es que, desde un punto de vista industrial, la cinematografía se construye como un sistema económico complejo, compuesto por los tres eslabones clásicos de todo proceso económico. El primero formado por la industria de la producción, que se encarga de la realización de las películas, el segundo asume la comercialización del producto una vez fabricado a cargo de las empresas distribuidoras mientras el tercero se refiere a la exhibición que permite la proyección de la película al público, como “acto final del proceso económico, el del consumo” (Cuevas, 1976, p. 24).

La búsqueda en la era neotelevisiva de una visibilidad extrema del aparato productor del contenido, no es un afán de transparencia en cuanto a los métodos de trabajo y organización del mismo, más bien es un intento por integrar en el espectáculo televisivo al dispositivo productor del contenido y a todo lo que le rodea, convirtiéndolo

en un personaje más. De esta forma se crea una sensación de mayor verosimilitud del mundo inventado depositado en la pantalla televisiva, y como tal es percibido por el telespectador que, deseoso por adoptar un rol activo, cree entrar dentro del proceso de trabajo y comprenderlo.

No ocurre igual en el producto cinematográfico, sobre todo si el destino de la película es claramente comercial. Se busca eliminar de la imagen cualquier presencia de la entidad realizadora o productora, para que los espectadores que acuden a las salas olviden la existencia de un equipo de trabajo detrás de la cámara cinematográfica durante el tiempo de duración de la película. La perseguida suspensión de la incredulidad de los espectadores, concepto aplicable al resto de actividades artísticas y planteado a principios del siglo XIX por Samuel Taylor Coleridge, hace necesaria la ocultación de la función directora y del equipo productor del film, para evitar que el espectador encuentre una vía de escape a su realidad, alejada de lo mostrado en la pantalla. Es cierto que autores y escuelas cinematográficas que buscan nuevas formas de relacionarse con el espectador y con su arte, muestran todo aquello que la mayoría de los films ocultan, valgan ejemplos como *La noche americana* (*La nuit américaine*, 1973) dirigida por François Truffaut o *Intervista* (Fellini, 1987), películas en las que se integra lo profesional en el desarrollo de la acción, mostrando la maquinaria que rodea al cine. Pero no siendo una actitud esporádica, es cierto que la mayoría de los films intentan ocultar todo lo que rodea al proceso de trabajo propio del cine, haciendo pervivir una sensación idealizada sobre esta actividad para el común de los espectadores próxima a la sentida en 1895 por los asistentes a la primera sesión del cinematógrafo de los hermanos Lumière cuando, a pesar del escepticismo previo, quedaron en palabras de Georges Méliès “boquiabiertos, estupefactos y sorprendidos más allá de lo que puede expresarse” (Gubern, 1993, p.23).

El cine entendido como dispositivo socio-económico es un producto surgido en una sociedad nueva, urbana e industrial, y a pesar de la atribución posterior a la cinematografía de un componente artístico, “fue mucho antes industria que arte”, una industria que genera únicamente prototipos ya que no hay dos películas exactamente iguales entre sí. Pero también la dimensión social camina inextricablemente unida a la dimensión económico-industrial del cine como manifestación de la sociedad de masas. (Monterde, Selva y Solà, 2001, p.28). La ficción audiovisual puede entenderse como tres caras de una misma realidad: arte medio de comunicación e industria. (Pardo, A., 2001). La industria del cine tiene un enorme potencial educativo, planteando valores positivos y cultivando la responsabilidad social de los propios espectadores; no buscamos un público homogéneo en torno a los valores ideales sino un público heterogéneo que entienda la diversidad como una fuente enriquecedora y contribuya a la generación de valor en sí mismo.

La idea de prototipo remitiría a la comparación con el sector automovilístico, en el que, frente al proceso de fabricación en cadena de los modelos utilitarios destinados al gran público, un vehículo de competición creado para la Fórmula I se adapta a las particularidades del piloto que lo va a conducir y del circuito en el que va a desarrollarse la carrera. Los avances tecnológicos incorporados a los vehículos de competición pueden ser trasladados a los coches que van a ponerse a la venta al público, adaptándose a las necesidades de los distintos nichos de mercado posibles. Se gestionará su fabricación en serie como utilitarios individualizados que van a comercializarse como un modelo determinado dirigido a un grupo homogéneo de potenciales compradores.

Pero, ¿este modelo es trasladable al negocio audiovisual? Difícilmente. Frente a un vehículo que tiene una utilidad práctica para el transporte, la película busca el entretenimiento o el goce estético del espectador. Los films no son productos que cubran cuestiones tangibles como el mencionado transporte, la vestimenta o el alimento del usuario. A ello se añade que el espectador consumirá el producto película en la sala de cine en una única ocasión en un modelo de transacción similar al del alquiler, pagando su entrada a cambio de la adquisición del derecho a visionar la película en un tramo temporal y un espacio concretos (aunque puede reconvertirse en compra cuando adquiere el mismo producto en otros soportes como DVD o Blu-ray). Pero este alquiler no incita, como pueda ocurrir en otros bienes, a la reiteración del consumo del mismo film.

Las peculiaridades económicas del modelo de exhibición cinematográfica fueron planteadas desde el mismo nacimiento del medio. Thomas Alva Edison, quien patentó en 1891 el kinetoscopio que era un instrumento destinado al visionado individualizado por parte de cada espectador, pensó inicialmente que este modelo de exhibición sería más rentable que un espectáculo colectivo en el que un grupo de personas accediese simultáneamente a la proyección. Pero el cine demostró sin lugar a dudas “que su vocación y destino era el de un arte de masas”, proliferando rápidamente las salas de exhibición equipadas con aparatos de proyección (biógrafo, bioscopio, vitascopio o veriscopio) que permitían la realización de un espectáculo organizado para un colectivo de espectadores (Gubern, 1993, p.29).

La obra de arte siempre ha sido reproducible, pero fue a principios del siglo XX cuando la reproducción técnica obtuvo un estándar que permitió apropiarse de la totalidad de las obras artísticas previas e incluso conquistar un lugar propio entre los procedimientos artísticos, siendo el arte cinematográfico uno de los protagonistas de este logro. La copia tradicionalmente exhibida en una sala, consistía en un objeto fotográfico empaquetado en numerosas latas físicas que transportaban la unidad-copia, resultado de la repetida duplicación del producto final. Desde una perspectiva analógica, la del negativo cinematográfico, la reproductibilidad técnica de las obras cinematográficas se basan directamente en la técnica mediante la que se producen (Benjamin, 2003), pero

aunque tanto el soporte de grabación como el de exhibición en el que se incorpora el modelo del DCP (Digital Cinema Package), consistente en una colección de archivos informáticos enviados al exhibidor, hayan virado al ámbito digital, el concepto económico de copia individualizada sigue manteniéndose, e incluso favoreciendo la readaptación a nuevos modelos de consumo cada vez más fragmentados, en los que los telespectadores utilizan nuevas ventanas de explotación para acceder a los contenidos, distintas a las tradicionales.

3. El audiovisual como proceso

La experiencia profesional permite comprobar que, aunque la fabricación de cada producto audiovisual concreto implica la creación de un prototipo único, con sus propios caracteres particulares que no son extrapolables al resto de proyectos, en todas las producciones se encadenan una serie de procedimientos de trabajo, de formas de hacer o *know-how*, que se siguen de manera similar en el conjunto de productos que pueden realizarse. Tanto se hable de trabajos dirigidos a la creación de productos cinematográficos como televisivos, los pasos a seguir serán similares. Si puede establecerse una diferencia de partida, aparte de la propia del soporte y de la pantalla de destino, esa es la económica. Esta radica en que, habitualmente, el producto televisivo se formula con un inferior coste de inicio en cada partida presupuestaria, por el menor tiempo disponible para la realización de los procesos de grabación, con la dotación de un menor número de días de rodaje por la inmediatez propia del medio que exige una mayor premura en la entrega del producto final a la cadena televisiva. Es el cariz industrial televisivo, con las necesidades de la parrilla y la estrategia de programación la que define las duraciones predefinidas de los productos. Frente a ello, el ámbito cinematográfico posibilita una maduración más prolongada de los trabajos al no existir un cliente final directo, el espectador, permitiendo por ello el empleo del número de días de rodaje que requiere la historia descrita en el guion.

En la generación de cualquier tipo de producto audiovisual (salvo aquellos destinados a su emisión en directo a través de la televisión) deben acometerse tres fases distintas y consecutivas. Estas son la inicial de la preproducción, la propia del rodaje del material y la de postproducción en la que dichos materiales son tratados para conseguir un producto final a entregar a una cadena televisiva, exhibir en salas de cine o comercializar por cualquier otro método posible. Frente a la percepción habitual del gran público, que idealiza el proceso del rodaje de una película, el periodo esencial de trabajo se sitúa en la preparación o preproducción de la misma. El motivo es que durante el rodaje se produce la mayor densidad de contrataciones de equipo humano, técnicos y actores, lo que se combina con la concentración de los alquileres de los materiales necesarios para poder afrontar cada jornada de rodaje (cámaras, equipo de captación de sonido, material de iluminación, vestuario, construcción de decorados y realización de los efectos especiales). Es decir, el coste unitario por jornada de rodaje es considerablemente superior al que se produce durante la fase de preproducción e incluso de postproducción del film. Esto, que en apariencia podría llevar a priorizar la fase de rodaje, lo que obliga es a una preparación y planificación estricta de todo aquello que va a suceder durante esta fase. No hay margen para el error. Por ello la preproducción, como fase del trabajo con un menor coste global por jornada, es la que debe convertirse en el colchón que prevea los posibles problemas que deban afrontarse en cada día de rodaje, siendo el dossier de producción, como carpeta que agrupa todas las planificaciones, previsiones y decisiones acometidas, el instrumento que hace posible llegar en las condiciones adecuadas al primer día de rodaje. De ahí la importancia de esta herramienta y la idoneidad de su uso en la docencia de materias propias de la producción audiovisual, como es el caso del que se habla en este trabajo.

El camino comienza con el guion literario como punto de partida. Dicho guion servirá de base tanto para confeccionar el presupuesto como paso previo a la búsqueda de la financiación del producto, como para desarrollar la planificación necesaria tendente a disponer el material técnico y el equipo humano en el menor número posible de jornadas o semanas de rodaje. En el supuesto de conseguir la inyección económica precisa es cuando se iniciará el intenso trabajo desde la fase de preproducción, por el que se mutará un material legible, aunque etéreo como el guion, transformándolo en el producto final que se exhibirá en las salas de cine.

De entre las cuestiones a resolver en esta fase, destacan dos por su importancia en el resultado final del producto, la búsqueda de las localizaciones en las que va a acometerse la grabación y la definición del casting de actores y actrices que van a encarnar a los personajes. Pero junto a ellas y con similar importancia podemos aludir a la organización y contratación del equipo, la búsqueda de los proveedores de los bienes y servicios con los que se afrontará el proyecto, y la concreción de un plan de rodaje que primero desagregue las escenas del guion para posteriormente reunificarlas atendiendo a criterios como un decorado común en el que se desarrollan, caracteres de la luz (acciones nocturnas o diurnas), si acontecen en localizaciones exteriores o interiores o la disponibilidad y el coste por sesión o jornada de trabajo de los actores intervinientes en las mismas. El objetivo de un plan de rodaje es buscar la eficacia económica de cada jornada de grabación, amortizando las inversiones en decorados, materiales y actores, ya que resulta utópico pensar que fuese viable rodar las acciones propuestas en un guion siguiendo la línea temporal del relato que va a contemplar el espectador.

En la preproducción resulta absolutamente precisa la incorporación del equipo humano, que de manera escalonada y estructurada por departamentos, comience a engrosar el cuerpo de trabajo hasta alcanzar su

máxima expresión durante la fase del rodaje. Cada uno de los departamentos tiene unas funciones muy concretas y específicas, funciones que varían y se reparten a lo largo del desarrollo del proceso. Para acometerlas se hace preciso el establecimiento de un calendario de incorporaciones al proyecto que gradúe el momento en el que cada departamento comienza a ser necesario.

Los departamentos básicos que integran el equipo técnico de un proyecto cinematográfico son los siguientes: dirección, producción, dirección de fotografía, dirección artística o decoración, vestuario, maquillaje, peluquería, sonido directo y montaje. Cada uno de ellos realiza un trabajo de preproducción concreto, coordinado desde el equipo de producción, que consiste en la preparación del proyecto común afrontando las particularidades y necesidades de cada uno de los departamentos.

El departamento de producción se encarga de lanzar el proyecto desde su inicio, con el guion y el presupuesto como primeras bases de trabajo. Comienza en la preproducción el proceso de negociación y contrataciones del personal laboral de la totalidad de los departamentos. De igual forma procederá a la búsqueda de los proveedores de las empresas auxiliares para gestionar las necesidades del equipamiento técnico preciso para afrontar el rodaje. Durante la fase de rodaje, el departamento de producción organizará tanto la adecuación de las localizaciones en las que va a realizarse la grabación como la gestión de los transportes de material técnico y equipo humano. En postproducción seguirá siendo el departamento encargado de la organización y contratación de los proveedores, así como el responsable del producto hasta su íntegra finalización.

Debe señalarse que el término producción cubre dos campos, el propio de la producción ejecutiva que gestiona empresarialmente el proyecto y la producción de campo, que desarrolla la labor sobre el terreno para posibilitar la consecución de un producto cinematográfico físico que sea el resultado de la conversión de un texto literario o guion en un largometraje tangible y comercializable, estableciendo “una estrategia práctica de la filmación, basada en las necesidades de la película y las posibilidades económicas disponibles” (Feldman, 1979, p.20). La figura de la producción ejecutiva como columna vertebral y promotor de los proyectos” ha experimentado un cambio sustancial en los últimos años, que ha ido parejo a las transformaciones de la industria y a las innovaciones tecnológicas utilizadas en la creación de un producto fílmico” manteniéndose como responsable absoluto de la financiación (Cabezón y Gómez Urdá, 2004, p.93).

Jerárquicamente por debajo de la producción ejecutiva, el director de producción organizará los recursos disponibles para afrontar el rodaje, para lo que deberá “elaborar el calendario de pagos conjugando el plan de trabajo previsto y el presupuesto; realizar las pertinentes contrataciones de técnicos y actores; organizar el viaje a las localizaciones y las pruebas de rodaje necesarias, así como los ensayos y las reuniones periódicas del alto equipo técnico” (Clemente Mediavilla, 2009, p.100). En definitiva, el productor “debe ser una persona con un profundo conocimiento del medio y con una idea muy clara sobre los riesgos que se asumen en cada producción” debiendo conocer los límites (Cabezón y Gómez Urdá, 2004, p.12).

El equipo comandado por quien diseña la dirección de fotografía realiza un doble trabajo, el propio del manejo y control de la cámara, objetivos y aparataje sobre el que se mueve la misma y el relativo al diseño y disposición de la iluminación de aquello que aparece en la imagen, tanto sean actores como objetos, para lo que respectivamente dirigirá las acciones del equipo de cámara y el de eléctricos que se encargarán del manejo del material de iluminación. Por su parte, dirección artística o decoración procede en dos fases consecutivas. En un primer momento la persona responsable ideará y diseñará los decorados adecuados para cada una de las escenas descritas en el guion. A posteriori el equipo que lidera acometerá las labores destinadas a la construcción de los decorados creados sobre el plano y a la remodelación artística de las localizaciones en las que vaya a producirse el rodaje, equipo que incluye gremios artesanales muy antiguos como pintores o carpinteros (Chion, 1992).

El departamento de vestuario comparte con el de decoración o dirección artística la doble faceta en la que, partiendo del guion y de los caracteres de los personajes, diseña el tipo de vestuario idóneo para cada uno de ellos en las situaciones descritas en el texto literario para posteriormente hacerlos tangibles mediante la confección o búsqueda del ropaje que va a ser utilizado por cada uno de los actores y actrices que interpretan a sus respectivos personajes. El equipo de maquillaje, como el de peluquería se responsabiliza de la caracterización de los actores para adaptarlos a las particularidades estéticas de los personajes. Por su parte los técnicos responsables del sonido se encargarán de la captura del sonido directo durante el momento del rodaje. Para finalizar el departamento de montaje o edición se encargará, principalmente durante la fase de postproducción, de reorganizar el material rodado para darle la forma final como metraje continuo a partir del que se obtendrá la copia final definitiva que será utilizada para el proceso de exhibición en salas de cine y la distribución del producto final en el soporte que se estime conveniente. La compartimentación incluso lleva a dividir este trabajo en especialistas en el montaje de imagen frente a los de audio.

La Nouvelle Vague entronizó la figura del autor cinematográfico, poniéndola de relieve enmarcando la idea de la película “como acto de discurso, como espacio narrativo y formal de expresión de un yo” (Monterde, 2004, p.15). El concepto de autoría depositada en la figura del director, implica la enfatización de la idea de singularidad, apostando “por una manifiesta voluntad de individualización expresiva” con la consecuencia de una priorización de lo personal e incluso de lo autobiográfico que conducía a un cine hecho a menudo en primera persona (Monterde,

1995, p.152). Pero frente a esta actitud, asumida por el público cinéfilo cuando identifica una película en relación al nombre de la persona que la ha dirigido, existen múltiples oficios dentro del cine, desarrollados en cada uno de los departamentos, ocupando cada uno de ellos en la creación de un film un lugar similar al de un personaje de una obra teatral, siendo el director tan solo uno de ellos que, aunque figura central, se ve influido, aconsejado e incluso corregido por la experiencia y el conocimiento técnico, del resto de componentes del equipo creativo, ya que al ser un film fruto de varias aportaciones, no sólo vive de su convergencia, sino también de sus conflictos y diferencias, siendo oficios que están en permanente renovación (Chion, 1992) debido al componente tecnológico que sustenta gran parte de los procedimientos de trabajo, y al alto grado de innovación de esta tecnología, lo que obliga al surgimiento de nuevos oficios con profesionales capacitados para dominar la nueva máquina. Tampoco la legislación, en este caso la española de propiedad intelectual, entiende la necesidad del trabajo colaborativo en una actividad como la audiovisual, ya que reconoce como autores legales, tan solo a los ejercientes de tres las funciones precisas para el desarrollo de un proyecto, exclusivamente a las personas encargadas de la dirección, guion y música original.

Para que el proceso de producción de las películas resultase lo más eficaz posible y además pudiese generar productos nuevos y diferentes, una de las principales cunas de la industria, Hollywood, “adoptó un sistema de producción industrial basado en una especialización del trabajo extrema” (Gomery, 1991, p.28), en un modelo que ha sido trasladado y repetido a posteriori. Aun tratándose de un proyecto común y único, surgen distintas necesidades durante las distintas fases de preproducción, rodaje y postproducción, las cuales son cubiertas por técnicos especialistas en cada una de ellas. La división del trabajo se practica en un doble sentido, tanto a lo largo de la línea temporal en la que se desarrolla del proyecto como en función de las peculiaridades artísticas, creativas y técnicas de la faceta a cubrir.

La preproducción concentra el trabajo de los departamentos de producción, dirección, decoración y vestuario, que se mantienen en la fase de rodaje acompañados por la incorporación plena del equipo, desde fotografía a sonido, pasando por vestuario y maquillaje. Los departamentos de producción y dirección se mantendrán en la fase de postproducción para terminar de confeccionar el producto final editado por el equipo de montaje. Cada departamento opera como un compartimento estanco, que en buena medida se autogestiona organizando su propio trabajo, siendo comandados por la persona que ejerce la jefatura del equipo. La costumbre marca para los técnicos que sea el responsable de cada departamento quien defina las identidades de los miembros del equipo que va a liderar, encargándose habitualmente producción de la negociación y contratación de los mismos. Se trata de un método muy común en el campo de las actividades artísticas, ya que “disminuye los costes de puesta en funcionamiento de los equipos” (Augros, 2000, p.118), al acumularse la experiencia previa acumulada en otros proyectos.

La independencia en cuanto a la actuación de cada departamento, no genera un aislamiento organizativo respecto del resto, ya que, al funcionar en paralelo, las decisiones tomadas en cada uno afectan indefectiblemente a los trabajos de sus compañeros. Por ello es absolutamente necesario el desarrollo de una estructura en la que el flujo de la información interdepartamental sea diáfano y fluido. En este acto comunicativo que es la producción de un film para el espectador resulta vital la comunicación permanente y periódica entre los componentes del equipo que realiza la película, mediante la gestión de reuniones periódicas que afrontan cuestiones que afectan a algunos o a todos los departamentos. Todos ellos son gestionados por una estructura tricéfala compuesta por quien desarrolla la dirección creativa y artística del proyecto, la organización del proceso de rodaje que se desarrolla en el set (como espacio de la grabación) en cada jornada de la que se encarga la ayudantía de dirección, y la planificación económica y logística del proyecto, tanto a nivel humano como material, rol que asume el equipo de producción y la persona responsable del mismo.

4. Desarrollo

Las asignaturas Historia del Cine, Cine de Autor (3º curso) y Estructura del Sistema Audiovisual (4º curso), todas ellas pertenecientes al Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos, habiendo sido impartidas por el mismo docente, afrontan la cuestión audiovisual desde visiones distintas y complementarias. Las dos primeras toman como objeto de estudio al largometraje, desde la historia del cine y sus autores responsables, mientras que la última estudia el producto audiovisual como objeto industrial y económico. Por ello las competencias generales y específicas planteadas en sus respectivas guías docentes, buscan completar el puzle audiovisual en el recorrido del alumnado en ambos cursos, incidiendo en una primera fase en el conocimiento y capacidad de análisis en el cine, con un amplio abanico de escuelas y autores, y en una segunda fase, en 4º curso, estudiando el mismo objeto desde la producción audiovisual, para adiestrar en la adquisición de competencias necesarias en la vida profesional, y la comprensión del funcionamiento legal, laboral, industrial y económico del sector. De esta forma se hace el recorrido desde un espectador/a crítico, a alumnos/as capaces de gestionar proyectos propios desde su germen, completando una visión global. Ya desde la guía docente de la materia Cine de Autor se incluyen profesionales no sólo del campo de la dirección, para anticipar la idea de trabajo en equipo desarrollada en la asignatura de 4º, Estructura del sistema audiovisual. En la misma se coloca al alumno en el

rol generador de contenidos, dándole a conocer el sector a nivel global, europeo, estatal y autonómico, pero incidiendo en la idea de las producciones de proximidad. Esto se realiza por el afán de recalcar la noción de lo local como un espacio geográfico de profundo posible desarrollo, contando con la ubicación de la Universidad en la que se imparte, Burgos, zona alejada de los núcleos principales de producción audiovisual a nivel nacional, como son Madrid y Barcelona. La proximidad apoya así mismo el potencial del concepto del rol prosumidor, como un carácter inherente al perfil de los estudiantes, por edad, alfabetización digital y capacidad de reorientar una práctica intuitiva con la que conviven, la de generadores y/o transmisores de contenidos, para dirigirla a su conversión en un perfil profesional, que es el buscado por la titulación y la asignatura.

La docencia en esta materia, Estructura del sistema audiovisual, se divide en tres parcelas complementarias: la primera explica el funcionamiento del sector audiovisual desde lo económico, legal, laboral e industrial, partiendo del modelo cine. La segunda explica el desarrollo del proyecto audiovisual hasta la obtención del producto finalizado. La tercera afronta el sector televisivo estatal y los procedimientos de venta aplicables a los productos finalizados. En la primera parcela, más teórica, se define y analiza el sector audiovisual, a nivel estatal, autonómico y global, incidiendo en el componente económico e industrial, y la legislación laboral, cinematográfica y de propiedad intelectual que le afecta, incluyendo las subvenciones que requieren una documentación específica, el dossier del proyecto. Éste es la base de trabajo de la segunda parcela, más práctica, usándolo como esquema para explicar la gestión del producto audiovisual desde guion. Para ello se utilizan instrumentos como el presupuesto oficial del Ministerio de Cultura y Deporte usado como guía para analizar el funcionamiento de cada parcela de proyecto. A medida que se explica en el aula, se hacen prácticas individuales y grupales en clase de cada paso. El carácter colaborativo y grupal en su realización completan la percepción del trabajo en equipo como modelo necesario del sector. Se potencia la adquisición de competencias propias del trabajo en equipo, organización del trabajo, toma de decisiones e iniciativa. Por definición, la Responsabilidad Social Corporativa nos compromete a trabajar en equipo pero no sólo dentro de la organización sino con todos nuestros grupos de interés; de tal manera que el docente no debe ser visto como un mero transmisor de conocimientos y un evaluador sino que debe ser un colaborador en el sentido de facilitar la formación transversal del alumno e implícitamente esa simbiosis profesor-alumno será clave en la generación del valor de la enseñanza dentro del proceso formativo. El adiestramiento en el desarrollo de un proyecto, toma como modelo de inicio el sector cine, siendo extrapolable a cualquier otro. Se adiestra en la comprensión de las normas legales, no en su memorización, ya que cambian por la innovación técnica y de negocio. La tercera parcela afronta el sector televisivo estatal junto a la gestión del proyecto finalizado. Con ello la asignatura Estructura del Sistema Audiovisual plantea un recorrido completo partiendo del sector global, para pasar al diseño de un producto específico, desde el guion a su destinatario final (cine o televisión).

En cuanto a la evaluación, el criterio común es repartirla entre un examen teórico final, a superar para aprobar la asignatura acreditando con ello la adquisición de conocimientos, combinado con el desarrollo de actividades evaluables a lo largo del curso para implementar la evaluación y el aprendizaje continuos, siendo una de ellas y principal, la del desarrollo de un dossier de producción que sigue el modelo portafolio, trabajando fases consecutivas del proyecto audiovisual partiendo de un guion que puede ser propio y original. Este dossier se acomete en dos fases, una primera de trabajo individual, comenzando cada estudiante un proyecto a partir de un guion de cortometraje, en el que se le pide una fase inicial de desarrollo del mismo, y una segunda de trabajo grupal, que recoge y parte de los trabajos individuales de los estudiantes que forman parte de cada equipo grupal, para que tras una fase de negociaciones internas, lleguen al acuerdo de la elección de uno de sus trabajos individuales, para que sea la base a partir de la cual configuran el dossier de producción completo de su proyecto conjunto.

La aplicación de dos niveles, individual y grupal, intenta aplicar el criterio de la actividad profesional en la actividad audiovisual, en la que primero se produce un proceso de análisis departamental del trabajo a desarrollar de manera individual, para la posterior puesta en común de dichos procesos departamentales con el objeto de confeccionar el producto audiovisual en un trabajo como el que nos atañe, que es indefectiblemente desarrollado a través de la actividad en equipo.

El dossier de producción de un proyecto es un compendio técnico y organizativo de todos los procesos necesarios para el desarrollo de un producto audiovisual, desde su fase de guion hasta la fase final en la que se va a desarrollar el rodaje o grabación, y la postproducción y comercialización del mismo como producto final.

Aunque el dossier puede entenderse como un proceso inicial, previo al rodaje de un contenido, intencionadamente se le da en la asignatura un papel protagonista y final como trabajo a evaluar; tanto individual como grupalmente, ya que nuestro objetivo es alejarnos de la idea de identificar el éxito de un trabajo estudiantil con su resultado final como metraje de menor o mayor interés, centrándonos en resaltar la importancia del trabajo organizativo y creativo previo, de la gestión de un equipo humano que debe colaborar en pos de un fin común y de la estructura departamental de la labor profesional audiovisual.

El dossier de producción es un procedimiento docente que, de manera práctica, facilita al alumnado la simulación del proceso de gestión de un producto audiovisual cualquiera, aplicando los conocimientos adquiridos

en el aula y mediante su propio proceso de trabajo fuera de la misma, fomentando tanto el trabajo individual como en equipo, y desarrollando el modelo de gestión del proyecto que de manera habitual se realiza en el sector a nivel real y profesional.

Este dossier requiere el análisis del guion, su disección para la concreción de los elementos técnicos y humanos necesarios para la realización del producto a través de la traslación de lo literario del guion a lo tangible de un máster final, y la elaboración de una serie de previsiones tanto a nivel organizativo, temporal y económico.

Se lleva el modelo profesional, que combina el trabajo individual con el grupal, al proceso de desarrollo del dossier.

Así, una primera fase del mismo se realiza a nivel individual por cada uno de los alumnos y alumnas.

Esta parte se realiza partiendo de un guion de cortometraje, que o bien, y preferiblemente puede ser propio del alumno, o bien le es proporcionado por el profesor. La escritura del guion es tratada y analizada en otras asignaturas, y en nuestra materia, lo importante no es la implicación emocional-autoral del alumno con el guion, sino poder partir de un material literario base y, a partir de ahí, desarrollar el trabajo propio de la asignatura.

El dossier individual incluye:

- Desglose secuencial del guion
- Elaboración de un plan de rodaje del mismo
- Confección del equipo técnico necesario
- Confección del equipo artístico actoral preciso
- Elaboración de un plan de financiación, extrapolando el modelo al de financiación de un producto de mayor duración a partir de una serie de datos proporcionados por el profesor.

Como acotación aludir a que se trabaja partiendo de un guion de cortometraje por una motivación práctica de tiempo. El mismo proceso aplicado a un guion de largometraje, obligaría a un trabajo voluminoso por parte del alumnado, con un rendimiento final notoriamente similar. Lo importante es aprender a desarrollar el proceso y esto se logra a través de la práctica aplicada a un guion de cortometraje. Las partes del dossier que resultan más interesantes o útiles si son aplicadas a proyectos más largos se solucionan extrapolando los procesos a productos de estas características y aportándose los datos extras necesarios por parte del profesor.

La segunda parte del dossier de producción se realiza a nivel grupal. El elevado número de alumnos permite generar grupos de trabajo adecuados, conformando grupos de hasta 10 miembros que permiten salvar bajas puntuales sin afectar al trabajo.

Se establecen de manera natural grupos de entre 7-10 componentes, variando en función del número de alumnos matriculados, buscando crear grupos ni excesivamente grandes en los que parte del alumnado se quedase vacío de función, ni considerablemente pequeños en los que se acumulase un trabajo excesivo en cada uno de los componentes. En este apartado del dossier de producción se busca incentivar el necesario trabajo en equipo y la capacidad de organización y gestión de los procesos y tiempos necesarios para la finalización del mismo.

En la parte grupal se parte de uno de los guiones previamente trabajados en la parte individual, con los datos procedentes del desarrollo del dossier individual. Es en esta fase donde se introduce por parte del docente la idea de empresa o productora audiovisual, con sus componentes económicos, legales y administrativos. La traslación de estos conceptos se apoyan en la noción de Responsabilidad Social Corporativa y los compromisos sociales derivados de ella, por parte de una empresa hacia la sociedad en la que vive. El sector audiovisual está inserto en la sociedad en la que produce sus contenidos y para la que realiza los productos mediante la comercialización de los mismos. Pero esta sociedad, con todas sus restricciones, componentes y agentes laborales, legales, económicos y tecnológicos, retroalimenta e incide con sus variables y la evolución de las mismas, en la forma en la que debe y puede actuar el sector audiovisual.

La tipología de estas variables podría resumirse someramente de la forma siguiente, agrupándolas en una serie de componentes:

- Componentes económicos: el audiovisual como actividad económica, principios económicos básicos, empresa audiovisual y sus modelos, financiación de los productos audiovisuales y gestión económica de la producción audiovisual.
- Componentes legales: conceptos básicos legales, legislación que afecta a los diversos partícipes del sector audiovisual (televisión, cine, etc..) tanto desde una visión general como específica, subvenciones y gestión de las mismas, derechos de autor y otros derechos inherentes a la actividad audiovisual, trámites y gestiones legales habituales y finalmente vías de acceso a la información legal.
- Componentes laborales: normativa laboral, convenios colectivos, prácticas laborales y modos de contratación.
- Componentes organizativos: asociacionismo en el sector audiovisual, entidades responsables y estructuras institucionales específicas del sector.
- Componentes tecnológicos: la tecnología en relación con los procesos de producción audiovisual, las nuevas tecnologías y su incidencia en los procesos de distribución y exhibición, el know-how audiovisual en función de la tecnología y de su evolución.

Una característica común a estos componentes es el de la mutabilidad y la variabilidad que acompaña el devenir de la legislación general y laboral, de la economía, de la organización del sector y de la tecnología en los procesos de producción, distribución y exhibición. Tanto las leyes, que van actualizándose permanentemente, como determinados trámites o procedimientos administrativos que varían en muchas ocasiones en función de los cambios legales, son elementos que marcan y definen los caracteres de los modelos de negocio de las entidades empresariales y sus interacciones dentro del complejo sistema audiovisual.

Uno de los compromisos del sector audiovisual es para con el espacio geográfico en el que se trabaja. La idea de audiovisual de proximidad, su importancia para con la sociedad local, tanto por el cariz industrial y económico del sector audiovisual y de su desarrollo a nivel próximo, como por la relevancia y necesidad de que los espectadores/as puedan disfrutar de contenidos audiovisuales que traten temáticas cercanas, habitualmente olvidadas por las producciones que se realizan desde los grandes centros de producción estatales (Madrid y Barcelona), y cuando se habla de ellas, suele hacerse desde una perspectiva alejada de lo real. La urgencia de cubrir esta necesidad debe reforzarse en la docencia audiovisual, sobre todo en universidades e instituciones radicadas en zonas geográficas carentes de un sector potente, como una medida adicional respecto de los compromisos de Responsabilidad Social Corporativa de las productoras locales, permitiendo además resaltar el cariz del alumnado como personas que operan como agentes prosumidores, casi hasta de manera intuitiva. Hacerles ver la lógica de su devenir del amateurismo al mundo profesional, particular y obligadamente en una titulación como la del Grado en Comunicación Audiovisual, permite incentivar en el colectivo de estudiantes la idea de que es factible aplicar con inmediatez lo aprendido y aprehendido en la asignatura para sus intereses personales. Esta noción se multiplica con el concepto de especialización por departamentos, permitiendo que en el funcionamiento interno del grupo, cada cual negocie y asuma los roles profesionales en los que tienen mayor grado de interés, sea el campo de la dirección, producción, fotografía, decoración, vestuario, sonido, montaje, etc... Esto faculta a que cada estudiante desempeñe las funciones que específicamente le afectan o interesan más, como prosumidores que son, y a la vez, comprendan con naturalidad el trabajo en equipo que supone la actividad audiovisual, y la colaboración precisa entre los diversos departamentos para sacar adelante proyecto audiovisual común.

La táctica en el dossier grupal es similar a la utilizada para la confección del primer proceso, en el que se partía de un guion literario dado, originándose aquí de los datos obtenidos en el dossier individual, que son utilizados como materia prima para el desarrollo de la parte grupal del dossier de producción. El trabajo colaborativo comienza en las primeras reuniones grupales, en las que el equipo debe colegiar cual es el proyecto individual que eligen para tomar como punto de partida. Igualmente deciden grupalmente el reparto de funciones departamentales que cada cual va a asumir, escogiendo a una persona como la responsable del departamento de producción, la cual desempeñara el rol de liderar la gestión y organización de los trabajos, así como centralizará los flujos de información, tanto a nivel interno como externo con el docente. Lógicamente, independientemente de la función de quien ejerza la producción del proyecto, el profesor supervisa la labor de todos los componentes del equipo a nivel individual fomentando los flujos de comunicación con cada uno de ellos a lo largo del trabajo. Este proceso inicial es particularmente importante en relación al desarrollo de las competencias expuestas en la guía docente, tales como las generales de flexibilidad y adaptabilidad para adaptarse a los cambios empresariales y organigramas laborales, la habilidad en la resolución de problemas y métodos de trabajo variables con la aplicación de soluciones y puntos de vista personales al desarrollo de los proyectos, las sociales como capacidad para trabajar en equipo, comunicar las ideas propias creando un ambiente adecuado para el equipo de trabajo, y las participativas que implementan las capacidades de planificación, organización y coordinación, así como las ideadas para asumir responsabilidades y liderazgos.

El dossier de producción grupal incluye entre otras cuestiones:

- Realización de un presupuesto económico completo siguiendo el formato del presupuesto oficial del Ministerio de Cultura y Deportes.
- Búsqueda de la información y obtención de los datos económicos actualizados, necesarios para la confección del presupuesto.
- Plan de proveedores.
- Procedimientos y trámites administrativos.
- Dossieres por departamentos.
- Plan de distribución.
- Plan de comercialización y marketing.
- Informes sobre los procesos desarrollados para la obtención de los datos y su análisis.
- Informes sobre las sesiones practicadas, los procesos organizativos realizados y análisis de los mismos.
- Análisis individual del trabajo realizado por cada componente del grupo.

El dossier de producción, en su tramo como trabajo individual, coincide con el aprendizaje basado en proyectos, ya que permite al alumn@ el desarrollo de un proyecto específico desde su germen, con la materia prima del guion, hasta su disección en una serie de documentos y procesos que convierten dicho guion literario en un conjunto de datos operables con los que en una siguiente fase se trabajará como nueva materia prima de partida.

Todo esto se realiza con el apoyo del profesor tanto en el aula y en tutorías personales, como a través del correo universitario. El alumn@ tiene un proyecto muy claro y concreto a desarrollar que se puede realizar en paralelo al transcurso de las clases teóricas en las que se exponen las técnicas y conceptos necesarios para el mismo, y con unas pautas escalonadas que resultan, a nuestro entender, bastante eficaces. El añadido es que al desarrollarse en el primer tramo temporal del curso, hace que el alumnado aprehenda los conceptos con su aplicación práctica inmediata y con un objetivo cercano y factible, incentivando su trabajo tanto en clase, como fuera de la misma, y siempre con el objetivo del proyecto en el horizonte de su desarrollo.

Este proceso se incrementa incluso cuando, en una segunda fase, han de continuar con la siguiente etapa del dossier de producción, el grupal, en la que el aprendizaje basado en proyectos sigue funcionando, pues de nuevo tienen un objetivo muy claro y definido en sus etapas, que se sigue implementando en paralelo al desarrollo de la formación en el aula, tanto teórica como práctica.

En el nuevo proyecto que han de desarrollar de manera grupal, como un neto trabajo en equipo, tienen una meta final, con unas fases claras y predefinidas consecutivas, pero introduciendo conceptos y técnicas propias de los otros cursos enunciados, el portafolio y el aprendizaje colaborativo.

Aunque en el dossier individual, también se utilizan técnicas propias del portafolio, pues las diversas cuestiones tratadas se estructuran a través de una cadena de carpetas diferenciadas, en el tramo en grupo este trabajo debe incrementarse para el traslado y la organización de la información, tanto a nivel interno del funcionamiento del conjunto de alumn@s, como a nivel externo en su presentación final para su posterior evaluación. Las entregas se van realizando periódica y virtualmente, mediante la página de la asignatura en ubuvirtual, la plataforma Moodle de la Universidad de Burgos. En el proceso de realización del dossier, esta estructura en “carpetas” permite así mismo que puedan irse corrigiendo y depurando por parte del profesor, los trabajos individuales de cada uno de sus componentes. Es decir, este paralelismo con el portafolio, facilita el trabajo conjunto, el individual y el asesoramiento y corrección por parte del profesor, tanto del conjunto del proyecto, como de cada uno de los procesos y labores desarrollados por el alumn@ a nivel individual.

El dossier de producción requiere un proceso previo de división del trabajo y de organización tanto humana como temporal del mismo, con una serie de reuniones que se han de realizar para la necesaria puesta en común de la situación presente de cada una de las partes del dossier de producción. Esto hace que el alumnado, a la vez que aprende en la parte del proceso que tiene asignado, deba, para poder avanzar, poner en común sus resultados con los del resto de los componentes de grupo, porque para poder continuar con su trabajo deben funcionar en relación al flujo de información y resultados procedentes del resto de sus compañeros. Por ello aprenden con su parte, y al poner en común de manera periódica su trabajo, aprenden también de las exposiciones del resto de sus compañeros o departamentos, y con dichos conocimientos o informaciones y datos, es cuando pueden continuar con la parte del trabajo que tienen asignado, y todo ello con una meta final común.

Lógicamente, este trabajo en equipo, es apoyado por el profesor, a través de la formación en el aula, de las consultas a través de los correos universitarios, tanto a nivel individual como grupal, con posibles correos conjuntos, como mediante tutorías grupales o individuales en función de las cuestiones tratadas en las mismas.

Finalmente debe resaltarse la importancia del dossier de producción, como instrumento utilizado a modo de herramienta no solo de aprendizaje, si no también como método de evaluación, tanto a nivel individual como grupal. Las entregas de los trabajos siguiendo el modelo portfolio en ambas fases, permite la evaluación y corrección individualizada de cada uno de los aspectos tratados en los trabajos, facilitando el traslado de la información concreta al alumnado sobre cada una de las parcelas de su labor. Cada estudiante recibe su nota individual para la primera fase, mientras que es el equipo completo el que recibe una nota unificada para la fase grupal. El objetivo es incentivar la labor colaborativa y la responsabilidad del conjunto de estudiantes del grupo, prolongando el simulacro de un proyecto audiovisual profesional en el que el resultado final del metraje es el fruto de la labor de todos y cada uno de los departamentos, no tan solo de una persona. De esta forma se anticipa en que consistirá la actividad laboral en el mundo audiovisual real.

Los resultados de la asignatura en las encuestas de opinión de los estudiantes sobre la calidad de la docencia, confirman la eficacia del modelo de evaluación portfolio siguiendo la estructura de un dossier de producción audiovisual. Se han analizado los datos de los cursos desde el inicio del Grado, en el periodo 2013/14, hasta el presente curso, pues se ha ido aplicando este modelo de manera ininterrumpida. Debe señalarse que los datos parciales y totales de las encuestas siguen la media general de la titulación, incluso superándolos habitualmente en varios apartados. La periodificación temporal de las entregas cumple con el sistema de evaluación continua y esto se percibe en los resultados de las encuestas en el apartado que recoge literalmente esta cuestión, con una valoración media a lo largo de todos los cursos de 3,64 sobre 5. En cuanto a la percepción de los estudiantes sobre la carga de trabajo en la asignatura, cuenta con una valoración media de 3,51. Este dato es relevante porque confirma que la carga de trabajo es percibida como adecuada, tanto a nivel individual como grupal, permitiendo una combinación idónea de la carga teórica junto al esfuerzo necesario del alumnado en el desarrollo de los trabajos. Es de agradecer igualmente la percepción sobre la motivación del docente hacia la asignatura (3,79). Aunque la motivación del alumnado hacia la asignatura tiene una media de 3,3 ha de destacarse el descenso de la

misma en el curso afectado por la pandemia Covid-19, con el obligado cambio del formato de la docencia pasando a ser virtual, siendo posiblemente afectada dicha motivación, también en la media de la titulación, por la falta de presencialidad en la docencia e igualmente en la mayor dificultad para poder desarrollar virtualmente un trabajo grupal.

5. Conclusiones

La actividad cinematográfica está muy alejada de la visión idealizada de los espectadores. El volumen de trabajo necesario para gestionar los recursos, tanto económicos como humanos y materiales, hace precisa la estricta organización de las labores de cada uno de los departamentos especialistas en su campo para hacer posible la consecución de un producto final que pueda ser exhibido en una sala de cine. Para ello es tan importante la maestría de quien ejerce la dirección como la del resto de componentes del equipo creativo y actoral, siendo la actividad cinematográfica un ejemplo en cuanto al modelo de trabajo creativo colaborativo.

En la formación audiovisual universitaria, en particular en la docencia de la asignatura estudiada, Estructura del sistema audiovisual, es esencial trasladar una imagen veraz y realista del sector a estudiantes que, además, están cursando el último año de su carrera universitaria antes de su acceso al mundo laboral. Por ello el modelo de dossier de producción, traslada el equivalente profesional del desarrollo de un proyecto audiovisual, delimitando tiempos, fases y funciones concretas, anticipando las situaciones reales a las que el alumnado se va a enfrentar. También permite fomentar el concepto de productora audiovisual, su funcionamiento y regulación, así como sus obligaciones y responsabilidades.

En una empresa del sector audiovisual el mayor activo es el intangible y la responsabilidad social empresarial puede entrar dentro de esta categoría de activos. Los grupos de interés perciben el grado de responsabilidad social de las empresas y esa percepción puede ayudar a la generación de valor de las compañías. En nuestro caso, en la formación universitaria, una buena adecuación entre el contenido formativo y la responsabilidad social de la labor docente ayudará a la creación de valor. La tendencia actual en materia de información de las empresas es aumentar la información no financiera o de sostenibilidad, dirigiéndose hacia la preparación de informes integrados. Este informe integrado puede ayudar a comprender y mostrar todo el proceso de creación de valor y atender a las exigencias de los diferentes grupos de interés, permitiendo el dossier de producción anticipar estos requerimientos a nivel empresarial.

En cualquier actividad el objetivo fundamental es la creación de valor sostenible. Generalmente este valor es entendido desde un punto de vista económico pero nosotros consideramos que la creación de valor debe ampliarse hacia un concepto de valor social, incluyendo todos los beneficios potenciales para la sociedad en su conjunto y es justamente en este lugar donde confluye nuestra mayor aportación: la adecuada formación responsable debe ser capaz de aumentar la generación de valor obtenida y percibida por nuestros estudiantes que en su transposición al mundo laboral contribuirá consecuentemente al incremento del capital humano e intelectual de la empresa y al incremento de valor total. Esto resulta esencial en el proceso de desarrollo de un sector audiovisual de proximidad, tan necesario en zonas alejadas de los grandes centros de producción estatales como la provincia de Burgos, para lo cual, la asunción del desempeño del rol prosumidor por parte del alumnado puede facilitar su paso natural a un rol profesional activo, con potencial capacidad para la creación de proyectos de proximidad, que generen valor audiovisual local y, además, valor económico e industrial que sustente el sector.

Igualmente, el modelo portfolio del dossier de producción facilita el desarrollo de las competencias presentes en la guía docente de la asignatura. En este sentido las competencias que debe adquirir el alumnado al cursar la asignatura, y que son desarrolladas por el trabajo en equipo del dossier de producción portfolio, se centran entre otras, y dentro de las generales metodológicas, en las de flexibilidad y adaptabilidad (como capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales y organigramas laborales), la habilidad para resolver problemas y métodos de trabajo variables y la creatividad e innovación, con la aplicación de soluciones y puntos de vista personales al desarrollo de los proyectos. En cuanto a las competencias sociales se incide entre otras, en la capacidad de trabajar en equipo, comunicar las propias ideas y crear un ambiente propicio para el equipo, en la voluntad de flexibilidad y adaptabilidad, así como en la conciencia solidaria y el necesario respeto por la diversidad y derechos humanos (incidiendo esto en conceptos afines a la Responsabilidad Social Corporativa). Para finalizar con las competencias generales, particularmente las participativas son implementadas en el trabajo expuesto, tales como la propia de la participación, la capacidad planificadora, coordinadora, organizativa y de administración del tiempo, así como la que incide en la toma de decisiones y asunción de responsabilidades o en la capacidad de liderazgo. Así mismo, con este modelo de trabajo se cubren las competencias específicas propias de la disciplina, como conocer las estructuras organizativas en el sector audiovisual, así como conocer y aplicar las técnicas y procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases. Las competencias profesionales igualmente se recogen, como la de planificación y gestión de los recursos humanos, presupuestarios y técnicos, en las diversas fases de la producción audiovisual, la identificación de los procesos y las técnicas implicados en la organización, dirección y gestión de empresas audiovisuales en su estructura industrial (producción, distribución y exhibición), la aplicación de técnicas y procesos implicados en la organización y

gestión de recursos técnicos y, finalmente, y como compendio de todo, la competencia que facilita idear, planificar y gestionar empresas audiovisuales.

Para finalizar el alumnado se muestra satisfecho, con resultados en las encuestas realizadas a final de curso generalmente por encima del promedio global de la titulación, particularmente en las cuestiones a las que afecta el modelo del dossier. De igual manera (e informalmente) los estudiantes expresan su satisfacción personal, coincidente con el resultado, soliendo consultar sobre su futuro laboral una vez finalizadas las materias.

Referencias

- Augros, J. (2000). *El dinero de Hollywood*. Paidós.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Cabezón, L.A. y Gómez Urdá, F.G. (2004). *La producción cinematográfica*. Cátedra.
- Chion, M. (1992). *El cine y sus oficios*. Cátedra.
- Clemente Mediavilla, J. (2009). El papel del productor en el proceso de fabricación filmica. En J. Marzal Felici y F.J. Gómez Tarín (eds.). *El productor y la producción en la industria cinematográfica* (pp.). Editorial Complutense.
- Cuevas, A. (1976). *Economía cinematográfica. La producción y el comercio de películas*. Antonio Cuevas Puente.
- Díaz Muñoz, R., Quintana García, C., Marchante Lara, M. y Martín Machuca, M. (2021). Responsabilidad social a través del trabajo colaborativo: herramientas virtuales y recursos didácticos en inglés, *Revista Qurrriculum*, 34. 81-94.
- Feldman, S. (1979). *Realización cinematográfica*. Gedisa.
- Gomery, D. (1991). *Hollywood: el sistema de estudios*. Verdoux.
- González-Aldea, P. y Marta-Lazo, C. (2015). La metodología del aprendizaje-servicio como herramienta en la formación de los periodistas, *Opción*, vol. 31, núm. 3. 564-581.
- Gubern, R. (1993). *Historia del cine*. Lumen.
- Imbert, G. (2003). *El zoo visual*. Gedisa.
- Monterde, J.E. (1995). La renovación temática. En J.E. Monterde y E. Rimbau (Coords.). *Historia general del cine. Volumen XI. Nuevos cines (años 60)* (pp. 145-187). Cátedra.
- Monterde, J.E.; Selva, M. y Solà, A. (2001). La representación cinematográfica de la historia. Akal.
- Monterde, J.E. (2004). *La Nouvelle Vague. Sus protagonistas*. Paidós.
- Pardo, A. (2001) El cine como medio de comunicación y la responsabilidad social del cineasta. En M. Codina (ed.). *La ética desprotegida: ensayos sobre deontología de la comunicación* (pp. 117-141). Eunsa.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janes.
- Tous Roviroso, A. (2009). Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses, *Comunicar*, nº33, v.XVII. 175-183.